

РУССКИЙ НОВЕЛИР

август | 2012 (6)



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ RUSSKIYE SAMOTSVETY

1912 – 2012



ВТО и ювелирная промышленность
Выхода нет? Или No pasaran!



ДИСПЛЕЙ НА
РУССКОМ ЯЗЫКЕ

ЛАЗЕРНАЯ УСТАНОВКА JEEG 100 («ДЖИГ 100»)



Тел.: (495) 739-4311, (812) 412-5777, (4942) 49-4441

Наш лазер интегрирован с инновационной системой FDC (full digital control): «полный цифровой контроль и управление», которая обеспечивает в пять раз более высокую стабильность работы генератора, чем у обычных промышленных лазеров. Кроме того, высокой оценки заслуживают другие системы - электронный затвор, система охлаждения, система электропитания.



Сенсорный цветной дисплей 120x90 мм, с функцией полного цифрового контроля (FDC)



Большая рабочая зона со светодиодной подсветкой

Средняя мощность80 Вт
Максимальная потребляемая мощность5 кВт
Энергия импульса 100 Дж
Продолжительность импульса 0,1/20 мс
Частота повторения импульса 0/20 Гц
Размер лазерного пятна 0,2/2 мм
Количество настроек размера пятна20
Предустановленные программы5

Стереомикроскоп LEICA
Сохранение настроек 100
Управляющий экран Сенсорный
Регулировка подачи защитного газа при помощи джойстика
Встроенное охлаждение
Предохранитель1 F. 230VAC 10A
Габариты ДхВхШ 550x520x780 мм
Вес 60 кг

GARBARINO & TITONEL S.r.l.

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин

1-й заместитель главного редактора

Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru

редактор

Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru

эксперт-геммолог

Михаил Чижов

дизайн и верстка

Ирина Иванова

фото

Платон Терентьев

корректор

Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел

Мария Станецкая — advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор

Виталий Пилюшин

тел.: +7 (903) 599-59-97, +7 (921) 432-90-53

e-mail: moscow@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ

199034, Санкт-Петербург, В. О., 16 линия, д. 7, оф. 59.

Тел./факс (812) 327-75-65/66

www.russianjeweller.ru

e-mail: info@russianjeweller.ru

Для почтовой корреспонденции:

199034, Санкт-Петербург, а/я 8,

ООО «РА «Русский Ювелир»

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня

Валерий Крылов

Михаил Пиотровский

Александр Рыбаков

Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Марина Лопато

Владимир Матвеев

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

Центр учета и аудита

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 6, 2012 год

ТИРАЖ 5000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

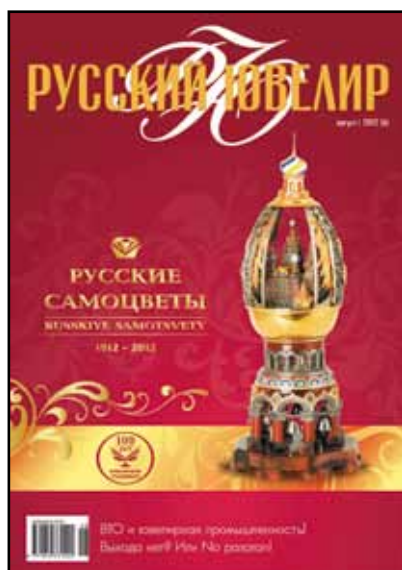
«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» ® — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена



Журнал «Русский Ювелир» —
кавалер ордена Карла Фаберже III степени.

Журнал «Русский Ювелир» основан в 1912 году,
возрожден в 1996 году



На обложке:

ОАО «Русские самоцветы»

Россия, 195112, Санкт-Петербург,

пл. Карла Фаберже, д. 8

Тел.: (812) 528-01-03, 528-03-72

Факс (812) 528-09-18

www.russam.ru

e-mail: office@russam.ru

Интернет-магазин:

www.russammarket.ru

содержание

ТЕМА НОМЕРА: ВТО

- 6 Как взлететь, чтобы не упасть
- 7 ВТО и ювелирная промышленность
- 10 Россия и ВТО: перспективы часового бизнеса
- 12 Россия и ВТО: перспективы часового бизнеса
- 14 Россия в ВТО: негатив или позитив?
- 18 Ювелирный рынок Китая ждет нас?

СОБЫТИЯ

- 20 Великолепное завершение праздничных мероприятий
- 52 Союз двух столиц камнерезного искусства
- 58 Первый всероссийский конкурс авторского ювелирного искусства в Калининграде
- 63 К юбилею художника



20 Великолепное
завершение
праздничных
мероприятий



6 Как взлететь, чтобы не упасть

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

- 22 НИКА Accessories: ювелирная симфония от компании НИКА

АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

- 24 Выхода нет? Или No pasaran! Длинная эпитафия на смерть ювелирного рынка
- 28 У меня зазвонил телефон... или практические рекомендации по «холодным» звонкам
- 32 Разработка стандартов обслуживания



28 У меня зазвонил телефон...

АУКЦИОНЫ

- 40 KÜNKER — осень 2012 в новом тысячелетии

ГЕММОЛОГИЯ

- 44 Жемчужное искушение



44 Жемчужное искушение



- 58 Первый всероссийский конкурс авторского ювелирного искусства в Калининграде



- 52 Союз двух столиц камнерезного искусства

Как взлететь, чтобы не упасть



22 августа завершился путь длиной в 17 лет, и Россия стала 156-м членом Всемирной Торговой Организации. Много копий было сломано в спорах по поводу участия нашей страны в торговой организации, которая сейчас регулирует 97% мировой торговли. Основная ее цель — снижение барьеров в международной торговле, упразднение таможенных пошлин и импортных квот.


XXI век — это век конкуренции. Без систем контроля качества невозможно конкурировать ни в Европе, ни во всем мире, ни в настоящем, ни в будущем. Участие в данной организации фактически означает допуск продукции на мировой рынок. Это плюс. Однако наличие в стране собственного конкурентоспособного товара еще не гарантирует его успешной реализации на внешнем рынке. Это минус. И так во всем...

Часто защитники ВТО приводят в качестве положительного примера вступление в эту организацию Китая. Действительно, пример экономического чуда этой страны у нас перед глазами. Благодаря многолетнему продолжительному быстрому развитию Китай уже стал крупнейшим производителем промышленных товаров и вторым крупным экономическим субъектом в мире. Однако с той же уверенностью можно сказать, что пример Китая для иллюстрации общей благотворности ВТО для молодого производства не вполне корректен или вполне некорректен. Китай вошел в ВТО лишь после того как вырастил свое конкурентоспособное преимущество, причем в полном отрыве от мирового сообщества, под защитой протекционистского правительства. Это, между прочим, больше двадцати лет, достаточно время, чтоб вырасти и

опериться в тиши и прикрытии своей достаточно бедной, но закрытой для посторонних опасностей среде.

А как готовились мы? Государственное регулирование в нашей стране носит скорее демонстративный характер: избыточно там, где без него можно обойтись (это прекрасно иллюстрирует отношение государства к ювелирной отрасли), и недостаточно там, где это необходимо. Складывается ощущение, что понятие «промышленная политика» находится на задворках экономической политики государства.

Со вступлением в ВТО экономическая жизнь России в одночасье, конечно, не изменится. Окончательный ответ на вопрос о том, что принесет России членство в международной торговой организации, даст жизнь, а с учетом нынешней непростой глобальной экономической ситуации — даст довольно скоро. Мы же пытаемся разобраться в том, какие плюсы и минусы несет с собой ВТО для участников ювелирного рынка как производителей ювелирных изделий и часов. А также в том, каким образом коррелируются последние инициативы Минфина России (поправки в закон о драгоценных металлах и камнях) и общественных организаций ювелиров с вступлением в ВТО.

Об этом на страницах журнала рассуждают наши эксперты — руководители предприятий, которым в скором времени придется корректировать все параметры своих бизнес-процессов — от ценовой и ассортиментной политики до совершенствования систем качества. Будет борьба, но результатом ее будет качество и выход на принципиально новый уровень для всей страны в целом и для каждого в частности. 

ВТО и ювелирная промышленность



Александр Сергеевич Горыня,

председатель совета
Союза ювелиров
Северо-Западного
Федерального округа,
Санкт-Петербург

Российская ювелирная промышленность вполне конкурентоспособна на мировом рынке, и все дальнейшие рассуждения я буду вести с учетом этой объективности.

ВТО И ЮВЕЛИРНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Вступление в ВТО для ювелирной отрасли, на мой взгляд, не представляет большой угрозы. Безусловно, нас ожидает реформирование отрасли, обновление участников рынка. Однако, несмотря на то что ювелирная промышленность одна из самых молодых отраслей российской экономики, мы представляем собою реальную силу, способную отстоять российский рынок. Как известно, в стране зарегистрировано более 6000 ювелирных предприятий, следовательно, сформирована серьезная, успешно функционирующая отрасль, в которой небольшие коллективы своими силами, без малейшей помощи со стороны государства, наладили успешное производство. Ювелиры росли в очень жестких, далеких от тепличных, условиях. И потому ВТО для нас просто еще один вызов времени, на который и будем отвечать. Вот если бы Россия вступила в эту организацию в 1990-е годы, когда, по сути, только зарождалась современная ювелирная промышленность, сегодня не было бы необходимости рассуждать о плюсах и минусах вхождения в ВТО, потому что нашей отрасли попросту бы не существовало. А сейчас, после пройденных двадцати лет, на протяжении которых ювелиры испытывали беспрецедентное давление со стороны государства — вспомните акцизный налог, НДС на драгоценные металлы, мы создали современную, высокотехнологичную отрасль, которая может постоять за себя. При условии, что государство в лице чиновников будет действовать, руководствуясь стратегическими взглядами, а не психологией жизни одним днем.

О ПЛЮСАХ...

Но вернемся к ВТО. На мой взгляд, в секторе производства изделий из золота с фианитами и полудрагоценными камнями, дающем сегодня наибольшие объемы, российские фирмы могут успешно конкурировать как с европейскими, так и с азиатскими ювелирами. Сложнее дело обстоит в бриллиантовой группе, и тому есть объективные причины. Так как ограниченной промышленности в России практически не существует: лишь три предприятия имеют влияние на рынок, — нам приходится завозить извне как цветные камни, так и бриллианты. Вот в этом секторе отрасли мы возлагаем определенные надежды на ВТО: если ввозные пошлины на камни снизятся или даже обнулятся, то предприятия, работающие с бриллиантами и драгоценными камнями первой группы, смогут на равных конкурировать со своими зарубежными коллегами.

...И МИНУСАХ

С другой стороны, для производителей серебряного сектора ювелирной промышленности ВТО, скорее всего, станет могильщиком, как ни прискорбно говорить об этом. Исключение составляют предприятия, занятые выпуском изделий из серебра православной тематики — здесь у нас нет конкурентов, никто в мире не делает таких вещей, как Юрий Федоров, Сергей Акимов, Владимир Михайлов... Сложная ситуация складывается на рынке столового серебра. Недостаточная инструментальная база российских предприятий не позволяет им успешно конкурировать с иностранными компаниями. Безусловно, наши старейшие предприятия, продолжающие вековые традиции народного художественного промысла России, такие как великоустюгский завод «Северная Чернь», «Русские самоцветы», кубачинские мастера, известны во многих странах мира. А вот из современных можно отметить лишь две компании, работающие на уровне международных стандартов, соответствующих требованиям внутреннего рынка: «Аргента» и «Агат», — и более никого... В секторе украшений из серебра мы уже, не дожидаясь вступления

в ВТО, конкуренцию проиграли. И я не вижу причин, чтобы ситуация в этом сегменте рынка стала более благосклонна к нашим предприятиям. Нет, все, конечно, не вымрут, но останутся лишь те, кто будет держать руку на пульсе времени и создавать коллекции в крайне сжатые сроки, предугадывая ожидания покупателей. Либо, сосредоточиваясь на определенной нише, разрабатывать коллекции для определенного круга почитателей, утверждая в их умах уникальность выпускаемого продукта, а это достаточно сложная задача.

О ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВАХ МИНФИНА

Чем хорошо ВТО как таковое — оно дало серьезный толчок как процессу преобразования общественного мнения, так и возникновению новых законодательных инициатив. Очевидно, что сложившаяся правовая система, регулирующая деятельность предприятий ювелирной промышленности, не соответствует реалиям рыночных отношений. Поэтому изменения назрели. Но что нам предлагают? Основной посыл предложений — контроль и надзор за отраслью со стороны государственных органов. Главная проблема нового закона — полное смешение понятий частной и казенной собственности. То есть инициаторы поправок хотят управлять частной собственностью как государственной. Но это нонсенс! По какому праву чиновник будет присутствовать на частном производстве, вникая в его технологические секреты, финансовые дела предприятия? Ведь существует, в конце концов, понятие коммерческой тайны... Мало того, что должностное лицо некоего государственного учреждения будет иметь право вмешиваться в дела частного предприятия, останавливать производственный процесс, он при этом не будет нести ответственности за свои действия. Вдумайтесь: на вашем предприятии появляется некто, наделенный практически безграничными полномочиями, при этом освобожденный от ответственности за собственные действия... Это даже не национализация промышленности, этому явлению еще и названия не придумано... О каком эффективном развитии отрасли можно говорить?


Вторая проблема предлагаемых законодательных инициатив состоит в усложнении системы управления ювелирной промышленностью. Ранее у нас практиковалась одноуровневая система управления, при которой все работало нормально, и отрасль выжила, несмотря на жесткие условия. Теперь же создается трехуровневая структура: Министерство финансов, Пробирная палата России, а затем следуют некие предприятия (скорее всего, речь идет о пробирных инспекциях), которые подчинены и управляются напрямую Пробирной палатой. То есть ювелиры теперь будут содержать гораздо больший штат государственных чиновников, которые будут заняты надзором за ними. Просто Оруэлл какой-то, не находите? Вы, господа, вначале распорядитесь казенной собственностью, которую обязаны беречь для народа. А частным предприятиям позвольте распоряжаться их собственностью по своему усмотрению, безусловно, в рамках закона. Мы приобретаем на законных основаниях драгоценные металлы и камни, сдаем отчетность в формах 2ДМ, 3ДМ — этого, на мой взгляд, вполне достаточно. Но как только мы приобрели товар в собственность, у нас должно быть право и распоряжаться им, как это происходит на любом другом производстве. По большому счету, ФЗ № 41 сам по себе

нонсенс — нигде в мире не существует подобного, когда выделяется отдельная производственная отрасль и под нее пишут отдельный федеральный закон. Если мы строим управляемую экономическую систему, то все должны в этой системе работать по единым правилам. Если бы этот закон распространялся только на госсобственность — как в те времена, когда ювелирная промышленность принадлежала государству, тогда понятно, в этих рамках это объяснимо и правильно. Но те времена прошли, и теперь ювелирная промышленность состоит из частных производств. А как мы распоряжаемся своей собственностью, насколько эффективно, — это наши внутренние проблемы. Раньше работа пробирных инспекций заключалась в защите потребителя и добросовестных производителей. А теперь ей вменены контролирующие и надзорные функции, причем четко не прописанные. Полностью расписана цепочка работы пробирной инспекции: она должна клеймить, апробировать, а что они должны проверять на предприятии, об этом умалчивается. Мне думается, что чиновникам нужно осознать тот простой факт, что ювелирная промышленность, как и прочие отрасли, развивается по рыночным законам, а новая редакция закона уничтожает равные условия конкуренции. Парадоксально, но факт — федеральный закон о драгоценных металлах и камнях в своей новой редакции работает не на процветание российской ювелирной промышленности, а расчищает поле для вхождения на российский рынок иностранных производственных компаний.

О ГОСУДАРСТВЕННОМ КЛЕЙМЕНИИ

Еще одна болевая точка — государственное клеймение. В проекте закона сделана подвижка в сторону либерализации клеймения: нам дается возможность не клеймить серебряные украшения весом до трех грамм. По этому вопросу в ювелирном сообществе нет однозначного мнения. Должен сказать, что я сторонник добровольного клеймения ювелирных изделий, причем я за внедрение частных аттестационных лабораторий. Чего мы боимся? Ведь в конечном итоге все решает покупатель. И каждый ювелир сам может принять решение: поставить государственное клеймо на свои изделия, поставить клеймо, удостоверяющее пробу, в частной лаборатории или же обойтись вовсе без клейма, заменив его именной — собственным знаком качества. Почему нет? Ведь если окажется, что покупатель проголосует кошельком за государственное клеймо, то эти частные лаборатории изживут себя, и только.

РЕЗЮМЕ

Новые времена требуют новых решений, это бесспорно. И ювелирам придется измениться, если они планируют работать в этой области, учитывать сторонние факторы, но самое главное — нам нужно работать, просто работать, не обращая внимания на страшилки о злых дядях, которые вдруг придут и всех нас завоюют. Ювелирное производство — это большой труд, и так во всем мире — что у нас, что в Европе или Азии. Я за свою жизнь посетил большое количество ювелирных производств во всем мире, и так скажу: нигде хлеб с неба не падает. И не следует комплексовать, потенциал наш еще полностью не раскрыт. По большому счету, если мы по-настоящему чего-то захотим, то все решим и справимся со всеми проблемами! 



ГРИНГОР
St. Petersburg

ЮВЕЛИРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ГРИНГОР



Мода проходит — драгоценное вечно

ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА

191124, Санкт-Петербург, пл. Растрелли 2
Тел.: (812) 318-18-99, 318-19-39

Россия в ВТО: перспективы часового бизнеса



Алексей Богданов,
совладелец
Группы компаний НИКА,
Москва

— Вступление России в ВТО стало свершившимся фактом. И пожалуй, у каждого участника рынка, начиная от предпринятия и заканчивая конкретным потребителем, было достаточно времени, чтобы подумать, какие последствия для него это событие повлечет. Сразу скажу, что именно для часового отечественного бизнеса я бы не выстраивал тревожных перспектив, поскольку у нас этой индустрии — в глобальном смысле — просто нет.

Но значит ли это, что те немногие существующие на рынке игроки будут раздавлены импортом конкурирующей западной продукции? За всех не ручаюсь. Но мне кажется, что продукции компании НИКА это не грозит, ведь, будем объективны, на российском рынке у нас нет конкурентов. А самое главное — компания по вполне приемлемой цене предлагает соотечественникам уникальный продукт: часы только из драгоценных металлов, снабженные зарекомендовавшими себя высококачественными механизмами (Швейцария, Япония) и собственной запатентованной технологией «Корпус в корпусе» («Капсула»). Кроме того, наши часы благодаря продуманному дизайну занимают особую нишу не только на рынке, но и в сердцах своих поклонников, а это, согласитесь, многого стоит.

Вступление России в ВТО в целом — некий сигнал западному бизнесу: «Welcome!». Страна будто бы говорит мировой обществу: «Мы готовы встраиваться в мировую экономику, участвовать в международной торговле, выходить на внешние рынки, принимать зарубежные инвестиции и т. д.». Так, вписываясь в глобальное экономическое пространство, каждое государство, соблюдая правила Всемирной торговой организации, старается, однако, вести политику протекционизма, поддерживать своего производителя и развивать прежде всего отечественную экономику. В России тенденций протекционизма я пока не наблюдаю, и создается ощущение, что вступление нашей страны в ВТО выгодно только западному миру. Проект соглашения о взаимном признании клейм со Швейцарией, который ставит российских ювелиров и часовщиков в заведомо невыгодное положение; планы по созданию Федерального агентства по контролю за ювелирным рынком; закон, отменяющий уголовную ответственность за товарную контрабанду — все это явно не идет на пользу отечественному производителю!

В общем, с одной стороны, мы будто бы хотим быть вписанными в глобальное экономическое пространство и громко заявляем об этом всему миру. А с другой стороны, не стремимся при этом поддержать своего производителя и создаем излишние административные препоны, не несущие абсолютно никакой выгоды ни отечественному бизнесу, ни отечественному потребителю. ❧

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

6—10 февраля 2013
Санкт-Петербург, Ленэкспо



JUNWEX
НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

29 мая – 2 июня 2013
Москва, ВВЦ, павильон 75



JUNWEX
МОСКВА

14—18 сентября 2013
Москва, ВВЦ, павильоны 75, 69



JUNWEX
WATCH

14—18 сентября 2013
Москва, ВВЦ, павильон 75

ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ ФОРМАТА CASH&CARRY

JUNWEX
ЕКАТЕРИНБУРГ

14—18 ноября 2012
Екатеринбург,
МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

*Лучшие Украшения
России*

5—9 декабря 2012
Москва, ВВЦ, павильон 75

*Лучшие Украшения
России*

12—16 декабря 2012
Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»

Лучшие Украшения России
ПИТЕР-ЮВЕЛИР

30 января – 3 февраля 2013
Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»

*Лучшие Украшения
России*

6—9 марта 2013
Москва, ВВЦ, павильон 75

Россия в ВТО: работа на перспективу



Игорь Николаевич Журавлев,

руководитель компании
«Сапфир», Москва

Четыре года назад в ежегодном послании Президента России Федеральному собранию впервые было заявлено о создании в стране современного технологического центра — будущего Инновационного центра Сколково, основу которого составляет технопарк, предоставляющий компаниям — участникам проекта необходимую технологическую поддержку. О проекте много говорят, пишут программы, ждут, когда же случится прорыв и Сколково заработает в полную силу.

...А между тем в Москве, на Люблинской улице, уже седьмой год работает в полную силу Ювелирный технопарк «Сапфир» — крупнейший в Европе центр по поддержке ювелирных производств, в котором работает 14 компаний (помимо основателя технопарка — компании «Сапфир»). Любое ювелирное производство — от небольшой частной мастерской до крупнейшего предприятия может приобрести здесь все необходимое для успешной работы.

О ПРЕИМУЩЕСТВАХ КООПЕРАЦИИ

Когда я шла на интервью к руководителю компании «Сапфир» Игорю Николаевичу Журавлеву, то на всем пространстве технопарка наряду с русской была слышна французская, английская, немецкая речь. Как выяснилось позже, в демонстрационном зале в эти дни проходили бесплатные семинары по обучению работы на установках ведущих компаний — разработчиков оборудования для ювелирных производств. «Чем не международный ювелирный наукоград?» — подумалось в ту минуту.

— Идея технопарка родилась семь лет назад, когда компания «Сапфир» приобрела новое помещение площадью две тысячи семьсот квадратных метров, — рассказал Игорь Николаевич. — Для одной компании площадь очень большая, и тогда мы решили пригласить фирмы, которые своими услугами и товарами дополнят наш ассортимент.

Все мы любим посещать гипермаркеты. Очень удобно: в одном месте можно купить все необходимые мелочи для дома — и продукты, и бытовую технику, и игрушки для детей... Тот же принцип заложен и у нас: согласитесь, чем колесить по Москве в поисках необходимых материалов для работы, гораздо удобнее приехать в единый центр, где можно купить все необходимое — от расходного инструмента до камней первой группы. Помимо этого на территории технопарка открыты участки литья, шлифовки. Здесь же можно произвести закрепку камней, монтаж, гальванику ювелирных изделий... Каждая из компаний — участников нашего проекта предлагает уникальные услуги. Сегодня могу смело заявить, что идея концентрации на одной площадке полного спектра услуг для ювелиров оказалась востребованной и жизнеспособной. Начинался проект с кооперирования трех компаний, а сейчас мы предоставляем десятки специальных технологических и справочно-консультационных услуг, ассортимент предлагаемой продукции составляет около двадцати тысяч наименований. И если в начале пути нам приходилось разъяснять эффективность сотрудничества компаний, осуществляющих схожую деятельность, объединенных единым пространством, и при этом независимых, то сегодня, испытывая дефицит свободных площадей, мы вынуждены отказывать фирмам, которые дублируют услуги, представленные у нас. Поэтому на данный момент мы приглашаем лишь тех, кто предлагает услуги для ювелиров, которых у нас еще нет.

РАСШИРЕНИЕ ГОРИЗОНТОВ

В нашей стране пока с трудом приживаются идеи интеграции: большинство компаний стараются держаться обособленно, располагаться в разных городских районах — так им кажется, они удержат своих клиентов, у которых не возникнет соблазна перейти к конкурентам. На самом деле идея технопарка, предполагающая консолидацию отраслевых предприятий, полностью оправдывает себя, если во главу угла ставить заботу о клиенте. Удивительный факт — несмотря на девятнадцатилетнюю историю компании «Сапфир», до сих пор раздаются звонки с вопросом, как нас найти. О чем это говорит? О том, что до определенного момента ювелиры совершали покупки в других компаниях, расположенных далеко друг от друга, теряя на это много времени. Узнав же, что все покупки он может сделать в одном месте, теперь он едет к нам. Мы не огра-

ничиваемся Москвой — подобную схему сотрудничества предлагаем и в Санкт-Петербурге, где к «Сапфиру» присоединились в данный момент еще три компании. В Петербурге пока есть свободные площади, и мы с удовольствием приглашаем стать нашими партнерами все заинтересованные компании. В Костроме, которую часто называют ювелирной столицей России, также работает технопарк «Сапфир», пока в мини-формате: в одном здании с нами открыли свои филиалы компании «Грани» и «Спектр Холдинг», с которыми мы успешно сотрудничаем в Москве. Учитывая экономические и инновационные перспективы региона, мы обратились с письмом к губернатору Костромской области с предложением строительства полноценного комплекса, который предоставит новые возможности ювелирным производствам региона, выпускающего около трети производимых в России изделий из золота и почти четверть — из серебра. Наш проект поддержала Гильдия ювелиров «Золотое кольцо России», и распоряжением губернатора Костромской области Сергея Константиновича Ситникова был выделен участок под строительство технопарка. Сейчас прорабатываются эскизы помещений, и, надеюсь, через год, к юбилею компании «Сапфир» комплекс зданий площадью три тысячи квадратных метров будет отдан под услуги и товары для ювелирной отрасли. Собственно, можно говорить о том, что мы создали уникальный продукт: в мире популярны улицы ювелиров, дополненные лавками по продаже инструментов и расходных материалов, как, например, на знаменитых золотых базарах Стамбула и Дубая, но полноценного технопарка для ювелирных производств до нас не создавал никто. В костромском центре помимо офисных помещений и демонстрационных залов мы хотим открыть небольшую гостиницу и ресторан — то есть создать максимальные удобства для всех посетителей технопарка, в том числе для тех, кто приехал в Кострому из других регионов. Как известно, компания «Сапфир» проводит бесплатные семинары по обучению работе на оборудовании, которые сейчас проходят в Москве, но в будущем мы можем проводить презентации новинок и в Костроме — для этого там будут созданы все условия.

ИНДУСТРИАЛЬНОЕ БИЕННАЛЕ

В течение многих лет наша компания проводила в мае ежегодные презентации новинок в форме бесплатных выставок-семинаров, на которых представители фирм-разработчиков демонстрировали возможности нового оборудования. Сегодня мы пересмотрели практику проведения подобных семинаров, и теперь они будут проходить один раз в два года. Новинки появляются каждый день, это так, однако основные технологии уже разработаны, и сейчас происходит модернизация прежнего оборудования, совершенствование каких-то узлов, а принципиально нового, качественного прорыва в технологиях пока не предвидится — ювелирное производство находится на достаточно высоком уровне развития.

Именно поэтому наиболее актуальна и соответствует сегодняшним реалиям выставка, проводимая один раз в два года. На наши мероприятия приезжают не только потребители, но и организации, занимающиеся продажей оборудования, то есть наши прямые конкуренты. Так как современное оборудование высокотехнологичное, то зачастую необходим период обучения на нем; важно также понимание особенностей работы именно на этом оборудовании. Набираться опыта к нам приезжают из многих городов, потому что информация, поступающая напрямую от разработчика, производителя, всегда очень ценна. Помимо этого, подобные семинары дают прекрасную возможность общения специалистов, в ходе которого решаются в том числе и технологические проблемы предприятий.


РЕАЛИИ НОВОГО ВРЕМЕНИ

Любой бизнес модифицируется и развивается в соответствии с потребностями клиента. Несмотря на сложные времена, кризисы, дороговизну золота, продажи тяжелого оборудования идут постоянно. Сегодня предприниматели стали гораздо более профессиональными, прагматичными: они научились считать деньги. И если оборудование может работать в три смены без оператора, то приобрести это оборудование выгодно, тем более что производительность труда при его использовании возрастает в десять раз. Но это скорее вынужденная мера — не случись кризис, возможно, это оборудование и не было бы востребовано до сих пор. Кризис заставил всех предпринимателей более трезво посмотреть на свой бизнес.

О ВТО И ПЕРСПЕКТИВАХ РОССИЙСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Еще одна новая реальность для всех нас — вступление России в ВТО. Хорошо, что процесс вступления растянут во времени, и у нас есть время научиться играть по новым правилам, подстроиться к новому времени. На мой взгляд, это просто новая схема работы. Вполне возможно, что на наш рынок придут новые компании, но и у нас откроется возможность прийти на чужие рынки. Мы часто говорим об угрозе захвата нашего рынка, в то время как за рубежом боятся нашего нашествия. Так, например, американские профсоюзы даже обратились в Конгресс с просьбой принять срочные меры против экспансии российских предприятий на рынки США, которая, по их мнению, произойдет после окончательного присоединения России к ВТО. О чем это говорит? Наши страхи немного преувеличены. Нас ждет открытый рынок — работай там, где ты считаешь, что твои услуги будут востребованы. Нам ведь тоже есть что предъявить миру. Российские компании выпускают собственное оборудование, которое пользуется устойчивым спросом, не уступает по качеству европейскому, и, что немаловажно, по цене — китайским образцам. Считаю, у российских инструментальщиков неплохие шансы на завоевание зарубежных рынков. Причем у каждой компании своя ниша. Так, например, компания «Сапфир» специализируется на выпуске ультразвуковых ванн, целый ряд оборудования и инструментов выпускает ЮМО, а компания «Клио» — геммологическое оборудование и литейные установки. Должен заметить, что в России производится достаточно много ювелирного оборудования. Возможно, не все компании хорошо известны, но продукция их пользуется устойчивым спросом.

Запуск производства любого продукта — это не только новая идея, но и совокупность процессов анализа рынка, разработка продукта, технологий, позволяющих уменьшить себестоимость продукта, техническое проектирование, изготовление опытных образцов... На это уходит не неделя, не месяц, и даже не год, поэтому к расширению ассортимента выпускаемой продукции нужно подходить осторожно. Мы нашли свое направление — ультразвуковые ванны, и у нас это получается. На данный момент создано производство, мощности которого практически закрывают потребности рынка, даже создается небольшой дефицит продукции, при котором клиенты готовы ждать выполнения своего заказа в течение одной, максимум двух недель. Это самое комфортное состояние производства, при котором можно планировать свою деятельность.

Возвращаясь к ВТО, замечу, что условия для нас и европейских компаний не равны — у них, безусловно, значительно больше опыта. И если рынок станет полностью открытым, то очень много придется пересматривать в работе любой компании, в том числе способы и методы продвижения компании и ее продукции. К счастью, у нас есть время во всем разобраться и перестроиться. 

Россия в ВТО: негатив или позитив?



Андрей Саламатин,
владелец компании
«Сереброника», Пермь

Мы задали вопросы Андрею Александровичу Саламатину, владельцу Ювелирной компании «Сереброника», специализирующейся на выпуске и продажах изделий из серебра. При полной открытости рынка этот сектор станет наиболее уязвимым, и потому мнение специалиста в этой области очень ценно, на наш взгляд.

1. Способна ли ювелирная промышленность в нынешнем ее состоянии успешно конкурировать с иностранными ювелирными компаниями в рамках ВТО на территории России? Какие вы видите плюсы и минусы вступления России в ВТО для развития ювелирной промышленности РФ? К чему стоит подготовиться российским ювелирам-промышленникам в ближайший год?

В настоящее время практически ни одна российская производящая отрасль не способна успешно конкурировать с иностранными фирмами. Это касается не только ювелирной промышленности, но и нефтегазовой, металлургической, текстильной отраслей, сельского хозяйства, в конце концов. Есть приятные исключения, но это редкость.

По уровню технической оснащенности можно быстро догнать, и ювелирка это доказывает. А вот по уровню кадрового развития мы точно отстали лет на восемьдесят. Самое либеральное трудовое законодательство, максимум нерабочих дней в году, завышенные требования к содержанию производства — просто кошмар. Сочетание отсутствия ответственности работника, низкой трудовой дисциплины и советской культуры труда не дает российским производствам шанса на конкурентные преимущества. Вы знаете, что по закону работника нельзя материально наказать за брак в работе, а нужно начислить ему зарплату за сделанную работу? Нонсенс! Поэтому западные производственные фирмы и не спешат открывать в России производства, несмотря на большие логистические выгоды.

Все конкурентные преимущества создаются в маркетинге — здесь российские специалисты сильно догоняют.

Плюсы в том, что, наверное, правительство и законодатели задумаются об изменении законодательства и поставят российских производителей в равное с зарубежными производителями положение. Может быть, снизятся цены на оборудование и расходные материалы. Скорее всего, российские ювелиры получат возможности выхода на внешние рынки. Все плюсы такие неясные и размытые, что говорить о них можно только с большой надеждой.

2. Как вы оцениваете последние законодательные инициативы Минфина РФ (внесение поправок в федеральный закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях»)?

Я, к сожалению, не видел их последней редакции, но, к счастью, участвовал в их обсуждении. Поэтому могу дать оценку — и по большей степени положительную. Возвращается контроль пробирных инспекций — контрафакт, подпольные производства и контрабанда уже замучили. Ювелирным производствам можно будет самим перерабатывать свои отходы драгметаллов — значительная экономия денег и времени. Не прошла идея по отмене клеймения — будем дальше жить с доверием населения к изделиям из драгметаллов.

Новая коллекция НА ГОД ЗМЕИ

сереброника
silveronika

г. Пермь, ул. П. Осипенко, 51
т./ф.: (342) 241-17-83, 241-18-18
e-mail: serebronika@yandex.ru
www.serebronika.com

Новая коллекция
украшений на Год Змеи
Оригинальные формы в
сочетании с черненым
серебром и фианитами
различных цветов.

3. Рассматривается возможность создания секции по развитию ювелирной промышленности при Министерстве финансов РФ. На ваш взгляд, это позитивный фактор?

Ювелирная отрасль — курочка, которая несет золотые яйца. Наша отрасль самая финансовоемкая и кадровоемкая. Более технологичная и экологичная по сравнению с другими отраслями. Напрямую завязана на получение максимальной пользы от российских природных богатств. Ювелирную отрасль очень выгодно развивать. Есть масса зарубежных примеров. Наконец-то и российское правительство начнет что-то делать в этом направлении.

4. Могут ли быть альтернативой секции саморегулируемые организации (СРО) с точки зрения управления ювелирной промышленностью и ее развитием? Нужны ли СРО (и в каком количестве) ювелирному бизнесу? Если да, то по какому принципу, на ваш взгляд, они должны создаваться? (Одна общероссийская организация, объединяющая всех участников ювелирного рынка от производства до торговли; несколько СРО, созданных по территориальному признаку; несколько СРО, объединяющих малый бизнес, средний, крупный?)

Саморегулируемые организации не могут быть альтернативой государственному управлению. СРО могут дополнять, взаимодействовать, брать на себя часть работы по разработке регламентирующих документов. И это не обязательно СРО. Могут быть и другие некоммерческие организации: профсоюзы, учреждения образования, некоммерческие партнерства, фонды.

Принципы объединения — в целях некоммерческих организаций, а они могут быть разными: взаимная поддержка малого бизнеса, совместный выход на внешние рынки, борьба с контрабандой. Нет никаких особенных правил и ограничений. Главное — добровольное объединение для понятных и достижимых целей.

5. Не секрет, что различные предприятия ювелирной промышленности имеют разный уровень успешности, продукция одних может быть конкурентной на мировом уровне, других — с трудом удовлетворять неприятиательным требованиям. Возможно, не имеет смысла говорить о последствиях вступления в ВТО с отраслевой точки зрения, как вы полагаете? Ювелирной отрасли в том ее виде, который существует на данный момент, не станет, но с усилением конкуренции с импортными товарами, возможно, родится новая, более отвечающая современным реалиям отрасль, способная выйти на мировой уровень? Или же в связи с экспансией на наш рынок ювелиров из Европы и Азии нам придется забыть о собственной промышленности?

Ну конечно, после вступления в ВТО в отрасли все сильно изменится. Конечно, можно говорить: «Пусть открытая конкуренция поможет переродиться ювелирной

отрасли», — но это уже было когда-то: «...До основания разрушим, а потом...». В идеале — все нормально! Предприниматели закроют старые фабрики (ну, с убытками, конечно, или, может, пусть банки заплатят все долги, они богатые, у них денег много). Самые умные осмострятся, поучатся у западных коллег и откроют новые фабрики! А рабочие пусть немного подождут, пока все не настроится. Но квалификацию пусть не теряют — дома на латунии тренируются. Недолго: три — пять лет!

Я думаю, что при таком подходе от российского ювелирного производства ничего не останется. И это нормально — в Швеции, например, нет ювелирного производства. А страна — очень хорошая!

Не в ювелирах дело. Они уже сейчас конкурируют с импортом. И это уже сейчас очень жесткая конкуренция. Дело в огромной разнице между нами и ими! Разница в экономических условиях: налоги, рабочая сила, господдержка, стоимость драгметаллов и камней, экономическая стабильность. Разница в ресурсах: доступность денег, мировая кооперация, современные технологии производства и управления, доступ к рынкам сбыта. Разница в менталитете: период планирования, готовность к долгосрочным усилиям, взаимопомощь. Только последние три фактора как-то зависят от ювелиров, да и то государство постоянно отбивает охоту к долгосрочной работе — то налоги поднимет, то правила обращения изменит. И что интересно, всегда как-то в худшую сторону. Надоедает людям упираться — закрывают бизнес и на Гоа...

7. Обязательная сертификация камней — благо или ненужные препоны для ювелирной отрасли?

Вот чего не знаю, того не знаю. С драгоценными камнями первой категории пока не работаем. Пока хватает полудрагоценных и поделочных — более ста видов используем в производстве. Но их не надо будет сертифицировать.

8. Изменится ли что-нибудь для российско-го ювелирного ритейла после вступления России в ВТО? Если да, то что это будут за изменения?

Конечно изменится. Придут западные сети с отличным маркетингом, управляемостью, стандартами, агрессивной рекламой. Надо готовиться к жесткой конкуренции. Если у производителей уже богатый опыт конкуренции с импортом и мощный иммунитет, то у ритейла пока нет даже «прививки».

9. Что после вступления в ВТО почувствует потребитель и что — участники розничного процесса (ритейлеры, поставщики, производители)?

Мы еще не знаем точно, что произойдет в отрасли, поэтому рано говорить о чувствах и эмоциях потребителя. Хотя, я думаю, потребитель «съел» переход на зарубежную еду, одежду, обувь, технику, на почтовые, банковские, страховые и медицинские услуги. Наверное, для рядового потребителя будет неярным переход на зарубежную ювелирку. А для российской ювелирки это будет трагедией. ❧



АДАМАНТ

СОЕДИНЯЯ МЕЧТЫ И РЕАЛЬНОСТЬ



СУПЕРЛЕГКИЕ цепи

легче обычных — в 3 раза,

легче пустотелых — в 1,5 раза

реклама

ВЫСТАВКА «JUNWEX МОСКВА»
15-19 СЕНТЯБРЯ 2012, ВВЦ
ПАВИЛЬОНЕ 75 А СТЕНД № А-200

www.adamant-gold.ru

Наталья Викторовна Петренко,
генеральный директор компании ООО «ТД «Агат»»

Ювелирный рынок Китая ждет нас?



В последние годы о Китае сказано немало. Интерес к этой стране понятен: стремительно развивающаяся экономика, промышленная база всего мира, третья в мире космическая сверхдержава — всего этого она смогла достичь в немыслимо короткие сроки.

А чем нам, ювелирам, интересен Китай? Не открою секрета, сказав, что практически каждое ювелирное предприятие не раз задумывалось о расширении своего бизнеса с помощью китайских территорий, так сказать. Плюсы очевидны: себестоимость произведенного товара в Китае получается намного меньше, чем у себя на родине, но есть и минусы: при перемещении товара для реализации в Россию необходимо заплатить таможенную пошлину. А если увеличить объем ввозимого товара? И вот, *Vuila!* То, что произведено в Китае, уже заполняет большую часть на прилавках наших магазинов. Это одна сторона медали. Но есть и другая...

Я предлагаю взглянуть на существующее положение вещей с другой стороны, возможно, и несколько необычной. Что, если российскому производителю предложить свою продукцию в... Китай? Многие скептически заметят, дескать, нам с местными производителями да на их территории конкурировать невозможно, у себя дома с трудом отбиваемся...

Однако мое предложение не столь уж невероятно — общаясь последний год с жителями Поднебесной, могу смело заявить, что попробовать завоевать Китай все же стоит! Судите сами...

Во-первых, рынки сбыта по численности населения составляют: Китай 1,5 млрд, Россия 143 млн человек. Как видим, Китай — это практически 10 наших рынков! Во-вторых, большинство фабрик и ювелирных заводов Китая работает под заказ и на экспорт. Об этом говорят статистические данные по импорту-экспорту золота из Гонконга в Китай. Экспорт золота из Китая запрещен, и вся торговля осуществляется через






Гонконг. Импорт золота в Китай почти в три раза выше, чем экспорт.

Помните советские времена, когда золото покупалось не только для подарков, но и было способом инвестирования «на черный день» при и без того небольших зарплатах граждан? Похожую ситуацию я наблюдала сейчас в Китае. Цены на недвижимость в Китае раздуты, и правительство пытается искусственно сдерживать их рост. В связи с этим появилось много ограничений на покупку недвижимости в различных районах: например, в некоторых провинциях иностранцы не имеют права приобретать жилье, как это было раньше, в других — количество единиц жилья на человека ограничено и т. д. Более обеспеченные китайцы уже возрождают европейские рынки недвижимости, приобретая жилые (и не только) объекты в этих странах. А вот простой народ, пытаюсь как-то сохранить свои сбережения, стал действовать по старой доброй советской привычке: скупать золотые украшения. В начале мая я была в нескольких провинциях и отметила для себя, что выбор, представленный на прилавках ювелирных магазинов, оставляет желать лучшего, да и Шен-женьские гипермаркеты ювелирной торговли по числу посетителей напоминают наш сегодняшний «Голден-Гросс» в Москве...

Еще одна зарисовка: на майские праздники добираться в Гонконг с материкового Китая пришлось на перекладных. Местные пояснили: на время праздников жители Китая выезжают за покупками в Гонконг. Дело в том, что китайцы не любят приобретать вещи собственного производства без вынужденной необходимости, прямо как

мы свои автомобили. Очереди в брендовые магазины, в том числе ювелирные, меня поразили — это было похоже на очередь в первый открытый в России «Макдоналдс»...

На первый взгляд перспектива выхода на китайские рынки противоречива. Но если приглядеться — а некоторые наши коллеги это уже успешно сделали, — то присутствие российского золота на китайских прилавках обладает хорошей перспективой. Но нужен особый подход! Я думаю, что удержаться там можно в первую очередь за счет продвижения бренда, оригинального дизайна и, самое главное, — со-обща! На огромных выставках Гонконга российских производителей найти крайне сложно, но представленные там дизайны, качество огранки и работы ювелиров востребованы! Отсюда вывод — осваивать китайский рынок вполне возможно и даже нужно, но лишь представляя оригинальные дизайны и авторские работы, то есть новое и необычное. Нас уже ждет 1,5 млрд потребителей. Замечу, что затраты на участие в зарубежных выставках не очень сильно отличаются от затрат на местные выставки, да и с таможенным оформлением стало гораздо проще, если, конечно, готовиться заранее. Представить свою продукцию на выставке — это один из первых шагов в освоении рынка. И этот шаг должен быть твердым и уверенным. «Один в чужом поле не воин!» — гласит наша пословица, и представлять продукцию на выставке в Гонконге правильно было бы сообща, в составе русской делегации. Тогда потенциальный покупатель обязательно заметит присутствие нового игрока. 



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

Великолепное завершение праздничных мероприятий

Черода праздничных мероприятий, посвященных юбилею «Русских самоцветов», завершилась 23 августа двумя знаковыми событиями.



Утром этого дня на заводе «Русские самоцветы» состоялось официальное открытие нового ювелирного производственного комплекса. В торжественной церемонии открытия участвовали председатель совета директоров ОАО «Русские самоцветы» С. В. Докучаев, генеральный директор ОАО «Русские самоцветы» С. А. Докучаев, и. о. председателя Комитета экономического развития, промышленной политики и торговли И. В. Илюхин, президент АО «Казахювелир» Г. К. Жумашева, директор ООО «Центр Ювелир» О. Н. Фрунтикова и генеральный директор Белювелирторга В. Н. Мирголовский.

Всех гостей мероприятия ожидала экскурсия по новому производству с посещением цехов, где они смогли самостоятельно познакомиться с работой мастеров завода. В ходе экскурсии Сергей Александрович Докучаев ответил на вопросы журналистов, а почетные гости мероприятия поделились с ними своими впечатлениями об увиденном.


Вечер ознаменовался праздничным приемом в манеже Первого кадетского корпуса, на который съехались все друзья и партнеры компании: производители ювелирных изделий, поставщики, оптовые клиенты, руководители крупных финансовых организаций и отраслевых компаний, представители государственных структур.



Композиционно выстроенная в соответствии с историческими этапами развития российской культуры и отечественного ювелирного производства насыщенная программа вечера включала в себя красочное лазерное шоу, обилие музыки и разнообразие выступлений, показ лучших коллекций ювелирных украшений «Русских самоцветов» и музыкальные поздравления от артистов петербургской эстрады: Людмилы Сенчиной, Татьяны Булановой, Игоря Корнелюка.

Ведущие вечера Артем Анчуков и Людмила Ширяева на протяжении всего праздника создавали отличное настроение всем гостям мероприятия.

На юбилей присутствовали все, кто причастен к деятельности компании, кто содействует ее стабильному развитию и процветанию. Гости прибывали из всех регионов России и даже из других стран. В числе присутствовавших были замечены представители Президента РФ в СЗФО, Комитета экономического развития, промышленных предприятий и торговли, Межпарламентской ассамблеи государств — участников Содружества Независимых Государств, руководители медиа-холдинга «РЕСТЭК JUNWEX» и АКБ «Ланта-Банк».

Празднование продлилось до самой ночи, а поздравлениям, почетным грамотам и подаркам не было числа. 



НИКА Accessories: ювелирная симфония от компании НИКА

Выдающиеся личности и их славные дела — основа существования мира, исполненного красоты и изящества. Неустанные поиски прекрасного привели мастеров часовой компании НИКА к созданию изысканной линейки ювелирных аксессуаров НИКА Accessories. Истории о несравненных женщинах, великолепных мужчинах и необыкновенных парах, пронесших свою любовь через всю жизнь, драгоценными россыпями легли в основу каждого ювелирного комплекта с безупречным жемчугом, глянцевой эмалью или сияющим многоцветным хрусталем.

Косенне-зимнему сезону часовая компания НИКА запустила новую линейку изящных ювелирных комплектов НИКА Accessories, полностью отражающую запросы ценителей изысканных аксессуаров и поклонников популярного бренда. В рамках выставки «JUNWEX Москва 2012» НИКА представляет сразу несколько коллекций актуальных и стильных аксессуаров, выполненных из серебра: нежные серьги и утонченные подвески, письменные принадлежности, лаконичные запонки и зажимы для галстука, подчеркивающие высокий статус и вкус их владельца.

Свою жемчужную коллекцию аксессуаров Queen НИКА посвятила Женщине — изысканной и утонченной, неотразимой и пленительной. Грейс Келли, Мэрилин Монро, Жаклин Кеннеди, Коко Шанель и принцесса Диана — жемчуг испокон веков был источником и предметом восхищения королей и первых красавиц, а сегодня список его поклонниц пополняется все новыми звездными именами. Жемчуг надежно хранит щедрые дары моря, чтобы преподнести их той, которая сможет оценить их по достоинству. Изящные комплекты украшений с благородными жемчужинами стали воплощением совершенной женственности и непревзойденной красоты.

В основу коллекции аксессуаров с черной и белой эмалью для мужчин и женщин Black-and-White легли контраст противоположностей, сочетание несочетаемого и единство, казалось бы, невозможных вещей. И в этом нет противоречия, ведь противоположности неизбежно притягиваются, контрасты подчеркивают тончайшие оттенки единого целого, а мужское и женское начала сливаются воедино, образуя первозданную гармонию. Марк Антоний и Клеопатра, Фредерик Шопен и Жорж Санд, Николай Гумилев и Анна Ахматова — их великолепные истории любви вдохновили на-




ших мастеров на создание аксессуаров, отразивших подлинную гармонию контрастов.

Еще одна коллекция письменных принадлежностей Elements воспекает человеческий гений, разносторонний и многогранный талант и неограниченные заслуги выдающихся деятелей человечества. Ее основой стал цветной хрусталь, грани которого сияют и переливаются подобно неисчислимым способностям людей, подчиняющих самые могучие стихии: огонь и воду, воздух и землю. Альфред Эйнштейн, Христофор Колумб и Леонардо да Винчи — их удивительные изобретения, потрясающие открытия и непревзойденные произведения искусства были бы невозможны без внезапных озарений и вспышек умственных взлетов, позволяющих проникнуть в сокровищницу знаний природы.

И сегодня свершения великих людей, навсегда оставивших след в мировой истории и наших сердцах, нашли отражение в новых коллекциях от НИКА Accessories, чтобы украсить неторопливое течение будней, разделить удовольствие от достижения целей, подчеркнуть радость ярких и незабываемых событий, наполнить каждый день особым смыслом.

НИКА Accessories.

В неустанном поиске прекрасного. 



НИКА

ЮВЕЛИРНЫЕ ЧАСЫ И АКСЕССУАРЫ



Коллекция Meridian

Меняя часовые пояса, оставаться верным себе

www.nikawatches.ru

Андрей Александрович Саламатин,
владелец ювелирной компании «Сереброника»

Выхода нет? Или No pasarán!

ДЛИННАЯ ЭПИТАФИЯ НА СМЕРТЬ ЮВЕЛИРНОГО РЫНКА

Дифференцируйся или умирай!
Джек Траут

Перемен требуют наши сердца!
Перемен требуют наши глаза!
Виктор Цой

Мир изменился! Мир меняется ежедневно! Кто-то видит эти изменения, а кто-то нет. Одни меняются вместе с окружающим миром, а другие остаются в прошлом. Это нормально. Меняются рынки и покупатели, и вот уже отсутствие перемен приводит бизнес к смерти. Никто бы и не подумал, что как-то незаметно и вдруг сойдут со сцены такие мощные компании, как «Моторола» и «Нокиа».

Почему это случилось? Потому, что рынок сотовых телефонов умирает, так же как умирают другие традиционные рынки: рынок сотовой связи, рынок чая, рынок ювелирных изделий. Рынок сотовых телефонов — самый яркий пример. Сегодня на место сотовых телефонов пришли смартфоны, настольные компьютеры, мультимедийные устройства, где сама возможность телефонной сотовой связи — только одна из дополнительных функций. Нет рынка — нет продаж. И вот уже лидер рынка сотовых телефонов — без пяти минут банкрот.

Другое странно! Сегодня почти у всех есть сотовые телефоны, а рынок сотовой связи умирает. Да, это так, и место этого рынка занимает рынок Интернета, в котором нет места сотовым гигантам. Зачем платить за телефонную связь, когда есть дешевый Интернет? В будущем нет места ни одному игроку из большой тройки сотовых операторов. И они прекрасно это понимают, пытаются изменить, освоить новые рынки.

Банк «МТС» — хороший наглядный пример. Да только главная целевая молодежная аудитория реагирует неадекватно: «Ага! Как тырили деньги со счета, так и будут тырить с банковского!» Трудно не согласиться! Решение не соответствует требованиям рынка. Но что делать, если рынки меняются, — надо искать свое новое место.

Появляются новые рынки. Тот, кто будет успешен на новом рынке, тот и будет расти и развиваться.

Раньше все мясные полуфабрикаты относились к рынку мясопродуктов. Можно было купить мясо на шашлык. Позже продавцы даже додумались нарезать мясо, а затем начали (о ужас!) сами его мариновать. И вот уже потребители голосуют кошельком за комплексное решение задачи «шашлык-машлык»!

Результат налицо: появился новый рынок на стыке сегментов «Мясные полуфабрикаты» и «Товары для отдыха». Назовем его «Рынок товаров для барбекю», в котором есть:

— мясные полуфабрикаты (но теперь уже с гораздо большим ассортиментом, ведь появились и полуфабрикаты из переработанного мяса в виде колбасок, кебабов, рулетов);

— рыбные полуфабрикаты («рыбное барбекю — выбор гурманов»);

— уголь и жидкости для розжига;

— шампуры — решетки — мангалы и даже «веера-махалки» и «брызгалки-бутылки».

И у рынка уже есть лидер — FORESTER! Теперь ждем специальных рукавиц для барбекю, настольных подставок под шампур с мясом, шашлычный антипригарный таймер.

Главное событие рынка товаров для барбекю впереди! Хит продаж! Брендированный шашлычный полуфабрикат, замаринованный по специальным рецептам Армена Джигарханяна в комплекте с молодым вином, специально подобранным и идеально подходящим под данный рецепт шашлыка. Специальная цена набора — 1999 руб. В комплект входят также сборник армянских тостов с автографом актера и сувенирный армянский дудук. Ожидается в продаже летом 2013 года!

А что? Вы разве отказались бы от возможности попробовать настоящий армянский шашлык по рецепту любимого актера? Осталось только придумать название (нейм или бренд) и запустить в продажу. Успех будет обеспечен.



Daniel Espinosa

Странно, но в ювелирной отрасли производители не решаются на такую авантюру: «Ерунда это все! Зачем изобретать велосипед? Надо просто лучше работать!» А в это время клиенты уходят к конкурентам за интересными товарами в соответствии со своими потребностями и мотивами.

Технология разработки новых продуктов (товаров и услуг) давно применяется на Западе. Созреет рынок (вернее сказать, созреют производители) — появятся такие товары и у нас. Появятся, не сомневайтесь. Точнее сказать, они уже есть! Компания «Сереброника» с успехом продает свои тематические коллекции «Властелин колец», «Пираты Карибского моря», «Ночной Дозор», «Одноклассники». Главное дело — увидеть целевую аудиторию, понять потребности и мотивы, разработать соответствующий продукт.

Рынки меняются. Двадцать лет назад никто бы и не подумал, что мы будем покупать жареные фасованные семечки в яркой упаковке втридорога. Да что там семечки!!! Сухарики, вода и уголь в красивой мини-упаковке — вот это шок для советского гражданина. А сегодня мы радуемся — эти товары идеально подходят под наши потребности и мотивы.

Двадцать лет назад мы покупали золото и серебро! Еще раз вдумайтесь!!! Мы покупали золото и серебро!!! Не украшения, не аксессуары, не часть своего стиля, не средства красоты, не предметы искусства, а именно золото и серебро!!! По весу!!! За грамм!!! Потому что хотели именно золота и серебра! Так же, как хотели шпротов! Ну то есть, может быть, конкретно в данный момент

не хотели (или не могли все сразу съесть), но знали, что захотим потом и брали впрок, чтоб было. Была такая потребность.

Главным мотивом при покупке золота и серебра в советское время было желание купить хоть что-то стоящее. Это потом уже появились чувство превосходства и демонстрация достатка... Тяжелые золотые цепи и массивные печатки... Но и это время ушло безвозвратно...

Изменились рынки. Нет больше рынка золота и серебра. И ювелирного рынка больше нет. Вроде бы странно: люди заходят в ювелирные магазины и делают покупки, ювелирные изделия производят сотнями миллионов штук, а ювелирного рынка нет! Отрасль есть, а рынка нет!!! Вернее сказать, он исчезает, растворяясь в других рынках.

Сегодня нет потребности в золоте и серебре, как это было двадцать лет назад. Нет потребности даже в золотых серьгах или колечке с бриллиантом. Есть потребность во внимании и заботе, есть потребность в красоте и моде, есть потребность делать подарки. С уходом дефицита наконец-то все встало на свои места — есть потребности и способы их удовлетворения, есть мотивы и способы их эксплуатации.

Ювелирный рынок и раньше был неоднородным: изделия из драгоценных металлов делились на множество разных групп, объединенных только материалом изготовления.

Что же происходит сейчас на бывшем ювелирном рынке? Происходит еще более сильная

дифференциация, то есть разделение ювелирных изделий на разные группы и рынки. Колечко и чайная ложка относятся к совершенно разным рынкам товаров — это понятно. Но даже покупка модных ярких серег на светское мероприятие и маленьких скромных повседневных серег — тоже разные сегменты.

Фактически ювелирные магазины сейчас работают на семи разных основных рынках:

- рынок красоты — здесь в основном девушки и женщины выбирают для себя доступные средства быть красивее, а среди этих средств косметика, одежда и обувь, сумки, аксессуары и украшения, в том числе и бижутерия, а еще есть услуги салонов красоты;

- рынок товаров и услуг для удовольствия — чем побаловать себя: СПА-процедурой или романтическим ужином в ресторане, стильной шубкой или кольцом с бриллиантом, новой помадой или серебряным браслетиком;

- рынок подарков — здесь дарители выбирают подарок среди огромной массы разных товаров в соответствии с целью дарения и по запланированному бюджету;

- рынок предметов роскоши — многие богатые люди стремятся владеть и обладать дорогими и редкими вещами, будь то произведения искусства, автомобили и яхты, вина и мебель, камни, украшения и посуда, и демонстрировать это обладание;

- рынок ритуально-обрядовых изделий — религиозные и светские ритуалы и обряды идут с человеком по жизни, и люди часто делают покупки, а ювелирные магазины не задумываются, что обручальные кольца, крестик, кольцо с молитвой — это не украшения, а принципиально другой рынок;

- рынок моды — сегодня для некоторых покупательниц важно быть не просто красивой, а современно красивой, то есть модной, поэтому частыми завсегдатаями, но редкими покупательницами в ювелирных салонах становятся любители известных брендов и искательницы «чего-нибудь эдакого» и «того, что видела по телевизору»;

- рынок драгоценных металлов — такой рынок существует до сих пор, и часть посетителей ювелирных магазинов активно пользуется возможностью купить золото за подешевле, за грамм или сдать в скупку старые изделия, но нужно понимать, что эти клиенты пришли не за красотой, модой, подарками и удовольствиями, а за денежной выгодой.

Есть еще семь небольших дополнительных рынков:

- рынок корпоративных подарков (бизнес-сувениры, оригинальные подарки — то, что можно подарить сотруднику, коллеге, начальнику, клиенту, партнеру);

- рынок товаров для дома и интерьера (серебряная посуда, столовое серебро, средства сервировки и декора праздничного стола);

- рынок товаров для детей (ложки на первый зубок, серебряные погремушки, детские украшения);

- рынок субкультурных или профессиональных аксессуаров (то, что может обозначать принадлежность к определенной группе: анархисты, байкеры, толкиенисты, музыканты, феншуисты, пикаперы);

- рынок здоровья (серебряная посуда, столовое серебро и серебряные ионизаторы питьевой воды);

- рынок специальных принадлежностей (курительные и канцелярские принадлежности, вязальные спицы, палочки для суши, бомбижьи и калебасы);

- рынок коллекционеров (редкие и оригинальные изделия).

Как же быть? Всем понятно, что ювелирные магазины посещают совершенно разные люди с совершенно разными потребностями и мотивами. Как привлечь еще большее число клиентов? Но пока ювелирные магазины зовут всех клиентов за товарами с разных рынков, они проигрывают конкуренцию сильным специализированным игрокам на этих рынках и уступают своих клиентов:

- на рынке красоты — косметическим гигантам, искушенным парфюмерным сетям, яркой бижутерии, обходительным салонам красоты;

- на рынке подарков — полезной бытовой и домашней технике, постельному белью и пене для бритья, огромному количеству малополезных китайских сувениров;

- на рынке ритуально-обрядовых изделий — церквям и храмам (а где же еще покупать символы веры, ну не в торговом же центре);

- на рынке моды — брендовым бутикам и последним коллекциям одежды от известных модных марок;

- на рынке драгоценных металлов — ломбардам, банкам и любым дискаунтерам с более выгодным денежным предложением.

Эти уступки незаметны и постепенны. Не за сезон и даже не за год, но постепенно и уверенно конкуренты забирают клиентов у ювелирных магазинов. Ни один из знакомых мне директоров ювелирных магазинов или сетей не задается вопросом: «Почему каждый год поток клиентов меньше на столько-то человек и столько-то процентов?». Никто даже не считает клиентов и покупателей. Считают только деньги и рубли за грамм!

А в это время конкуренты, чувствуя силу, топчут нашу ювелирную поляну:

- на рынке красоты предлагают «золотые нити от морщин» и поставить на зубы бриллианты и виниры — золотые накладки;

- на рынке моды — брендированные украшения под известными марками;

- на рынке драгоценных металлов предлагают монеты, слитки и обезличенные счета, «золотые» и «платиновые» банковские карты;



т. (812) 458-52-37
ф. (812) 458-52-36
primossa@mail.ru
www.primossa.ru

Обручальные
кольца
от **1330**
руб./грамм



Широчайший ассортимент обручальных колец высокого качества от Санкт-Петербургского завода "PRIMOSSA":

- двухсплавные
- с алмазной гранью
- матированные
- узкие
- с надписями
- крутящиеся
- в красном, желтом или белом золоте,
- с фианитами или бриллиантами
- классические



реклама

— на рынке удовольствий — элитные напитки и шоколад с золотыми хлопьями.

На всех рынках есть все с серебром!!! Питьевая вода и зубная паста — с серебром. Стиральные машины — с серебряными барабанами. Водка — с серебряной монетой в бутылке. Носки — с серебряными нитями. Мыло, кремы, тушь для ресниц — с коллоидным серебром.

Казалось бы, много рынков — очень хорошо! Есть где разгуляться! Но фактически ювелирный рынок по частям растаскивают конкуренты. Постсоветская ювелирка оставалась «замороженной» и во время капиталистической оттепели, и во время весеннего расцвета рынка вплоть до самой конкурентной жары. Ювелирным магазинам остается маленький кусок льда, который быстро тает в теплом голубом океане. Теперь срочно нужно искать почву под ногами — свое место на рынке.

То, что теплого насиженного места ювелиров лишили, — факт! Но и сами ювелиры зря сидели сложа руки. За последнее время из мощной пропаганды ювелирки в зачет можно поставить только рекламу Олимпийских игр с забавным ребенком и надоевшей фразой: «Я хацую зюёта!». Не было мощной и эффективной общерыночной ювелирной рекламы! Результат — потеря рыночных позиций.

Конечно, в других отраслях хорошо — там иностранные игроки вкладываются в дорогую рекламу товарных категорий. Вот бы нам так! Пусть скорее ВТО приходит! Иностранцы начнут рынок прокачивать! Но ведь нет! Не хотим мы прихода иностранных ювелирных игроков в Россию — не выдюжим! Придется самим что-то предпринимать.


Но только как и что делать? Рынок-то уже разделили на много-много частей. Какой выбрать? А можно ли все попробовать?

Эксперты уверяют, что невозможно работать на стольких разных рынках одновременно — это противоречит рыночным законам. У каждого бизнеса должно быть позиционирование: какой ты для клиента?

Позиционирование помогает продавцу привлечь к себе клиента, а клиенту выбрать продавца. Какой у вас магазин и для кого? А если магазин «такой разный» и «для всех», то, в сущности, он «никакой» и «ни для кого»! Красотки и модницы не пойдут в магазин, где массовка подешевле за грамм, а верующий человек не станет искать символ веры в магазине подарков.

Как выиграть конкурентную борьбу? Как выбрать самый правильный и прибыльный рынок? Как увидеть новый перспективный рынок и найти на нем свое место? Есть ли разумный и выгодный способ выхода из ситуации? Может быть, просто потихоньку доторговывать и выводить свои капиталы в другой бизнес?

***Вам просто интересно
или жизненно необходимо?
Выход есть! И даже не один!***

Продолжение следует! 

У меня зазвонил телефон... или практические рекомендации по «ХОЛОДНЫМ» звонкам



В следующем году в Издательском доме «6 карат» готовится к изданию новая книга из серии «Для тех, у кого есть дело — ювелирное» (серия состоит из восьми книг). Сегодня мы печатаем выдержки из новой книги, посвященные оптовым продажам ювелирных украшений.



В данной статье уделим внимание организациям, занимающимся оптовыми продажами, а также производственным компаниям, осуществляющим продажу ювелирных украшений посредством «холодных» звонков. Так как оптовых компаний по численности гораздо меньше, чем розничных магазинов, то и о сложностях в этой сфере продаж говорят достаточно редко. Постараюсь сегодня исправить это упущение.

Итак, давайте разберемся в терминологии: что же такое активные продажи по телефону и почему эти звонки называют «холодными».

Сегодня, в условиях жесточайшей конкуренции, каждый производитель понимает, что сидеть сложа руки в ожидании потока клиентов, которые позвонят сами, утопично. За потребителя началась настоящая битва. С одной стороны, это не может не радовать, так как конкуренция дает мощный толчок к развитию ювелирной индустрии, с другой стороны, набор предложений на рынке в любом случае ограничен и все организации работают на схожих условиях.

Чем же мы можем «зацепить» клиента, когда цены, сервис и порой сами изделия у всех почти одинаковые? Только грамотной работой менеджера по продажам! Думаю, не нужно объяснять, почему у двух менеджеров, работающих в одной компании, с одним и тем же товаром, могут быть совершенно разные показатели продаж.

Активные продажи

Это проявление инициативы и активности продавца (менеджера) на всех этапах процесса продажи

Очень часто можно встретить мнение, что основным отличием активных продаж от пассивных является то, что при пассивных продажах к нам клиенты приходят сами, а при активных менеджер занимается их поиском.

«Холодные» звонки

Разновидность активных продаж, когда клиентов ищут с помощью телефонного обзвона

«Холодными» звонками называют первые звонки, когда контакт еще не налажен, менеджер не знает о потребностях компании, не смог продать идею сотрудничества. Если клиент заинтересовался вашим предложением (но еще не совершил покупку), звонок переходит в разряд «теплых».

Давайте разберем преимущества и недостатки телефонных продаж подробнее.

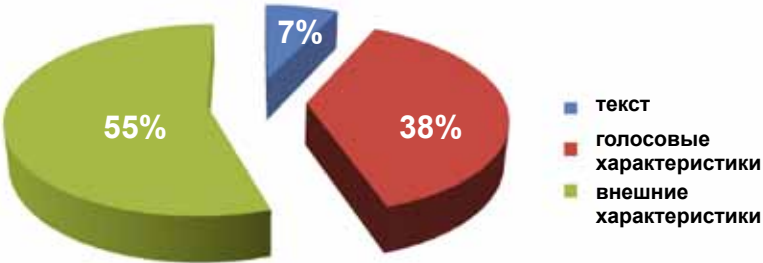
Преимущества	Недостатки
Экономия средств (оплата телефонных счетов, а не билетов и гостиниц)	Не видим реакции собеседника (непонятно, интересно ему это или нет)
Экономия времени (за один день можно обзвонить множество клиентов из разных регионов)	Не можем дополнительно на него воздействовать (демонстрация украшений, личный контакт)
Мобильность (в любом месте, в любое время)	Плохое качество телефонной связи
Возможность использования шпаргалок (для начинающих менеджеров очень актуально)	Клиент может положить трубку в любой момент
Неограниченное количество звонков (с отказниками можно пытаться продолжать налаживать контакт)	Никто не ждет вашего звонка (клиент может быть занят своими делами)

Думаю, вы сможете продолжить эту таблицу самостоятельно, я же хочу заострить ваше внимание на важном барьере, который предстоит преодолеть менеджеру, а именно невоз-

можность поддержания визуального контакта, так как по проведенным исследованиям при общении с человеком мы обращаем внимание на то:

- что он говорит — 7%;
- как он говорит (интонация, громкость, тембр, выразительность) — 38%;
- как он выглядит при этом (поза, мимика, пантомимика) — 55%.

Диаграмма «Восприятия»



Так как львиная доля характеристик, влияющих на формирование впечатления, при телефонных переговорах отсутствует, нам необходимо компенсировать это голосом. Для чего важно им овладеть и относиться к нему как к рабочему инструменту. Когда мы идем на личную встречу к клиенту, мы заботимся о своем внешнем виде, приводим себя в порядок, почему же при звонке потенциальному заказчику мы не задумываемся о роли своей интонации, тембра? Потренируйтесь, найдите приятное звучание своего голоса.

Приятный голос	Неприятный голос
<ul style="list-style-type: none">• тональность меняется;• нормальная скорость речи;• громкость голоса меняется;• отчетливое произношение;• энергичный;• выразительный (правильно расставляются акценты);• низкого тембра;• наличие пауз;• доверительный.	<ul style="list-style-type: none">• монотонный;• слишком быстрый/медленный;• слишком тихий/громкий;• неразборчивый;• неуверенный;• бесцветный (без настроения);• визгливый;• гнусавый;• напряженный.

Перед тем как сделать звонок, обязательно соберите всю возможную информацию о клиенте (через Интернет, справочники, внутреннюю базу данных и т. д.). Необходимо готовиться к каждому звонку — в этом залог эффективности первичных контактов с клиентом.

Составьте форму, которую будете заполнять по каждому клиенту:

- Компания: _____
- Телефон и другие необходимые координаты: _____
- Дата звонка: _____
- Цель звонка: _____
- Секретарь или контактное лицо (кто первым ответил на звонок): _____
- Имя лица, принимающего решение по Вашему вопросу _____
- Содержание разговора: _____
- Итог разговора: _____

Примерный план звонка:


1. Приветствие: рекомендованная форма «Доброе утро/день/вечер».
2. Представление: название компании, должность, имя, фамилия менеджера.
3. Поинтересуйтесь, удобно ли сейчас разговаривать Вашему клиенту.
4. Фраза, облегчающая вступление в контакт — здесь нужно объяснить клиенту, почему Вы ему звоните, объяснение, откуда взята информация о фирме.
5. Цель звонка.
6. Обсуждение деловых вопросов (сложно прописываемый блок, так как его основой является диалог).
7. Фиксация контактных данных.
8. Подведение итога разговора.
9. Завершение контакта.

- ПРИМЕР:**
1. *Доброе утро, Мария Петровна!*
 2. *Компания «АВС-ювелир», старший менеджер Светлана Прокофьева.*
 3. *Удобно ли Вам сейчас общаться?*
 4. *Мы с Вами встречались на осенней выставке, Вы мне оставили свою визитку и просили перезвонить.*
 5. *Я хотела бы предложить Вам сотрудничество с нашей компанией...*
 6. ...
 7. *Итак, Мария Петровна, как мы с Вами договорились, сейчас я вышлю Вам коммерческое предложение и в пятницу в первой половине дня я Вам перезвоню.*
 8. *Приятно было с Вами пообщаться, хорошего дня. До свидания!*

Неправильный звонок выглядит следующим образом: **«Здравствуйте, Вас беспокоит компания «АВС-ювелир», меня зовут Света. Извините, не могли бы Вы уделить мне минутку Вашего внимания?»**

- Теперь давайте разберем все ошибки:
- **«Здравствуйте»** — в этом слове 3, а потом 4 согласных подряд, это слово незвучное и сложно произносимое. «Здравствуйте» с утра превращается в «Здрасте» к вечеру, что, как вы сами понимаете, недопустимо. Почти все менеджеры используют эту форму приветствия, поскольку не нужно включать мозг и смотреть на часы — утро еще или уже 12 часов, не нужно учитывать разницу во времени с регионом, в который звонишь. Выделиться среди потока всех звонков так легко, всего лишь сказав «Доброе утро/день/вечер».
 - Слова **«беспокоит»** необходимо избегать при общении с клиентом. Понятно, что Вы отвле-

- каете человека от его дел своим звонком, но не стоит озвучивать это, добавляя тем самым масло в огонь.
- На первых этапах общения нужно показывать солидность своей компании. Согласитесь, что «меня зовут Света» звучит несерьезно. Представляясь, добавляйте себе веса.
 - **«Извините, не могли бы Вы»** — чересчур заискивающая и принижающая Вас позиция, в переговорах она недопустима. Вы предлагаете взаимовыгодное сотрудничество и должны стараться вести переговоры на равных.
 - **«Минуточку Вашего внимания»** — опять же принижаем себя, а следовательно, и свою компанию. Неужели для общения с клиентом Вам действительно хватит минуточки? Думаю, вряд ли. Если же клиент сам спрашивает, сколько займет разговор, сориентируйте его на 7 минут. Это не так мало, как 5 минут, но и не так пугающе много, как 10.
 - Отсутствует фраза, облегчающая вступление в контакт. Если вы не знаете, что сказать, то просто объясните: **«Я увидел Ваши координаты в Интернете/справочнике, здесь указано, что Вы занимаетесь продажей ювелирных украшений».**

Как мы смогли убедиться, в одной короткой фразе допущено шесть серьезных ошибок, которые, безусловно, закроют контакт, который даже еще не успел начаться. Тему телефонных переговоров с целью обучения специальным навыкам установления быстрого «холодного» контакта мы продолжим, поскольку осталось еще очень много различных тонкостей, которые нужно учесть и научиться применять, чтобы виртуозно поднимать температуру «холодных» звонков. 



Существенный ценопад

на работы по изготовлению
ювелирных изделий из золота
без снижения качества цепной
продукции

ОАО «Красцветмет» информирует своих постоянных партнеров, а также новых потенциальных заказчиков о снижении цен на работы по изготовлению цепной продукции машинного плетения из золота и предлагает два возможных варианта договорных взаимоотношений «Поставщик-Покупатель»:

Варианты на усмотрение заказчика	Вид цепной продукции машинного плетения из золота	Нормы потерь	Стоимость, руб./гр (в т.ч. НДС)
1	Массивные	0,9 %	110
	Пустотелые		122
2	Массивные	2,5 %	85
	Пустотелые		97

Инга Орлова, консультант, бизнес-тренер
Международного Бизнес-центра «6 карат»

Разработка стандартов обслуживания



Вопрос о том, зачем нужны стандарты и что они дают компании, задают все реже, а вот вопрос, как их разрабатывать и внедрять, — все чаще. Поэтому в этой статье приведены ответы на вопросы, с которыми автор чаще всего встречался при разработке и внедрении стандартов обслуживания.

В статье использованы материалы из книги Издательского дома «6 карат» «Ювелирный бизнес. Практические инструменты».



Фото
Inhorgenta ©

Так как существует несколько подходов и нет единых жестких правил к разработке стандартов обслуживания, мы приведем один универсальный метод разработки стандартов. Вы можете использовать его как инструкцию, а можете учесть рекомендации специалистов и взять для себя то, что подходит именно вашей компании.

Итак, компания работала легко и просто, без стандартов. И вот настал час икс, когда пришла пора их разрабатывать и внедрять. Где та граница, переступив которую фирма должна озадачиться разработкой стандартов? И можно ли вообще обойтись без них?

В первую очередь о разработке стандартов задумываются сетевые магазины, поскольку для них важно выдержать единый стиль не только с точки зрения оформления витрин и ассортимента, но и с точки зрения обслуживания покупателей.

Во-вторых, можно говорить о разработке стандартов, когда мы хотим повысить качество работы продавцов. В стандарты закладывается описание техники продаж, использование которой становится обязательной для продавца.

В-третьих, для систематизации управленческой деятельности. При разработанных стандартах у нас сокращается срок адаптации новичка, появляется инструмент оценки эффективности обслуживания клиентов. Стандарты выступают неким образцом, эталоном. С ним мы сравниваем реальное поведение продавцов в торговом зале и можем четко определить, что сотрудник сделал не так, на основании этого дать ему конструктивную обратную связь, отправить его на обучение или расстаться. Расстаться необходимо, если вышеперечисленное воздействие не принесло результата, если продавец не изменил своего поведения.



ЕЛИЗАВЕТА

Производство православных
ювелирных изделий



ООО «Елизавета»©

Адрес производства:

197438, Санкт-Петербург, Коломяжский пр., д. 10

Торговый отдел +7 (911) 283 76 03

Склад +7 (960) 238 25 19

Факс +7 (812) 341 56 85

+7 (812) 572 18 28

www.elizaveta925.ru

ooo-elizaveta@list.ru

Торговое представительство:

Москва, Комсомольская пл., д. 6, оф. 685, Тел. +7 (926) 219 40 62



Если у вас есть возможность управлять магазином в ручном режиме, т. е. находиться там с начала рабочего дня и до конца, объяснять каждому сотруднику, что от него требуется и как это делать, то вам стандарты не нужны.

А чем отличаются стандарты обслуживания от должностной инструкции, ведь в двух этих документах речь идет об одном и том же — о работе сотрудника? Должностная инструкция отвечает на вопрос «ЧТО сотрудник должен делать», а стандарты обслуживания «КАК сотрудник должен выполнять свою работу». Нам необходимо передать продавцу максимально эффективный алгоритм работы, принятый именно в нашей компании (возможно, отличающий ее от всех остальных). Поэтому перед описанием «Как мы делаем» нужно иметь понимание «Что мы делаем». В основе стандартов должна лежать «живая» должностная инструкция.

Многие руководители переоценивают роль стандартов. Они считают, что если прописать стандарты работы, то все сотрудники сразу автоматически начнут работать по ним. То есть если сотрудники до этого опаздывали на работу, а мы написали в стандартах приход на работу к 9.00, то персонал будет приходить ровно к 9.00. Это глубокое заблуждение. **Стандарты не могут заменить функцию контроля. Более того, стандарты усиливают роль и важность контроля за их соблюдением.**

Вторым заблуждением является то, что стандарты могут поменять человека. Мы написали, что сотрудник должен быть доброжелательным и клиентоориентированным. Но эти качества напрямую зависят от личности человека. И если сотрудник по своей природе вспыльчивый, резкий или не любит свою работу, то стандарты никак

эту проблему решить не смогут. С подобным сотрудником проще расстаться.

Если компания работает не первый год, то она уже накопила некий опыт управления. Значит, в любом случае в организации есть стандарты работы. Это может выражаться в виде разрозненных документов, регламентов, инструкций и положений. Или они носят устный характер. В компании существуют негласные правила, традиции. Ваша задача актуализировать все негласные правила, собрать воедино все разрозненные документы, написать продуманные стандарты, обязательные к исполнению всеми продавцами. При этом важно опираться на накопленный багаж организации, ее опыт и корпоративную культуру.

В организации достаточно часто разработано слишком много документов, дублирующих друг друга. Не нужно создавать множество документов. Важно собрать их в одном месте, объединить логикой и при дальнейшей работе опираться на единый стандарт. В одной организации руководство удивилось, когда новый менеджер по персоналу, решая вопрос с форменной одеждой продавцов, нашла восемь документов, регламентирующих внешний вид сотрудника. А по факту проблема так и не была решена.

Итак, как написать стандарты? Мое видение заключается в следующем. **Стандартотворчество — креативный процесс написания корпоративных стандартов, требующий от исполнителя понимания стратегических целей компании.**

Давайте разберем данное определение. Почему написание стандартов процесс творческий, понятно любому, кто хотя бы один раз создавал какой-нибудь регламентирующий документ. Образцов много, они все разные, а вам нужно выдать продукт, подходящий именно вашей компании. Какими по


Златарница



**ПРАВОСЛАВНАЯ
ХУДОЖЕСТВЕННО-ЮВЕЛИРНАЯ
МАСТЕРСКАЯ**

Санкт-Петербург, ул. Жукова, д. 18
тел. раб. +7 (812) 740-7454,
тел. моб. +7 (812) 934-8746

www.zlatarnica.ru
www.златарница.рф



Фото
Inhergenta ©

содержанию и объему будут стандарты в вашей компании, полностью зависит только от вас. В своем опыте я разрабатывала стандарты для сети магазинов на 13 страниц и для аналогичной компании на 200 страниц. Глубина проработки и включаемые в стандарты блоки были различны. У объемного документа есть свой плюс — вся информация в одном источнике, одна корпоративная библия, в которой есть ответы на все вопросы. Есть и свой минус — такой документ порой шокирует новичков своим объемом, и им кажется, что освоить такое количество информации за испытательный срок нереально.

Итак, какие блоки все-таки включают в стандарты? Чтобы не рассуждать на абстрактных моделях, возьмем в качестве примера вышеупомянутые сети магазинов.

- Общие положения (обращение генерального директора, информация о компании: миссия, ценности компании, политика в области персонала, описание данного документа, зачем он разработан и т. д.).
- Стандарт подготовки и завершения работы (правила внутреннего распорядка, мерчандайзинг, положение о товародвижении).
- Стандарт внешнего вида (форма, прическа, макияж и т. д.).
- Поведение в торговом зале. Техника продаж. Работа со сложными клиентами. Общение по телефону.
- Знания по продукту.
- Инструкция по работе с денежной наличностью. Инструкции по работе с POS, терминалом, кредитными и дисконтными картами.
- Юридический блок (правила продаж, документы на местах, проверки).
- Внутренний документооборот (лист продаж, журнал учета товара, журнал документооборота, журнал администратора, журнал учета рабочего времени и т. д.).
- Перечень вопросов для прохождения аттестации.

И это еще не полный перечень того, что вы можете включить в данный документ. Все зависит от специфики бизнеса, цели разработки этого документа, категории персонала, для которого прописываются стандарты, и внутренних бизнес-процессов.

Рассмотрим этапы разработки стандартов обслуживания.

Написание и внедрение стандартов — дело достаточно длительное, требующее от исполнителя полного погружения в процесс. В идеале создается проектная группа, назначают руководителя проекта, распределяют зоны ответственности между участниками и определяются со сроками.

В проектную группу должны входить идеолог проекта, руководитель отдела продаж, опытные продавцы и директора магазинов, менеджер по персоналу, а также те, кто будет обучать новым стандартам и контролировать их исполнение. Привлечение рядовых сотрудников очень важно, поскольку именно им придется выполнять эти стандарты, они знают все нюансы и тонкости своей работы, дополнительно они будут информировать коллег о продвижении проекта, о его серьезности и значимости для компании.

Теперь давайте посмотрим, как все это можно реализовать непосредственно по этапам:

1. Назначаем сотрудника-координатора, при этом наделяем его не только ответственностью, но и полномочиями, поскольку ему придется взаимодействовать с другими отделами/руководителями и ставить перед ними задачи.

2. Обсуждаем видение и структуру будущих стандартов с топ-менеджерами компании.

3. Определяем сроки и руководителя, с которым стандарты будут согласовываться. Например, это может быть коммерческий или генеральный директор (в некоторых компаниях документ подписывает генеральный директор, но согласование происходит на уровне начальников отделов).

4. Проводим внутреннее продвижение проекта. По всем возможным каналам коммуникации (совещания, корпоративная газета, Интернет, корпоративный сайт и т. д.) озвучиваем цели и задачи разработки стандартов, важность такого документа для компании. Приглашаем принять участие всех желающих, объявляем конкурс на лучшие идеи. Этот пункт не несет в себе никаких действий, которые приблизили бы нас к готовым стандартам, но



Средство для чистки
ювелирных изделий

150 мл

50 мл



Чистящая салфетка
для ювелирных изделий

Перчатки
(хлопок, микрофибра)



Поллирующая салфетка
для ювелирных изделий (Классик)



Поллирующая салфетка
для ювелирных изделий (Премиум)

они закладывают прочный фундамент к дальнейшему их внедрению. Достаточно пропустить только этот пункт, и проект может заглохнуть на этапе внедрения. Нам очень важно заручиться поддержкой и пониманием исполнителей (тех, для кого эти стандарты разрабатываются), чтобы на выходе не получить возражение «Нас никто не спрашивал. У нас это не будет работать. Нам и так хорошо».

5. Фиксируем зоны ответственности за исполнителями, кто какой блок прописывает. Определяем сроки.

6. Собираем весь получившийся материал, редактируем все, что требует доработки. Согласовываем (этап согласования может быть самым последним, после пилотного прогона).

7. Проводим тестовый прогон, желательно на группе добровольцев (важно, чтобы люди не встретили данные изменения в штыки и в работе действительно пытались определить зоны улучшений). Цель — определить жизнеспособность данных стандартов. Это можно сделать в форме тренинга, а также на практике, взяв одно подразделение (отдел, магазин, филиал и т. д.) и дать возможность поработать неделю-другую по данным стандартам. Все замечания внимательно рассматриваются и вносятся коррективы.

8. После этой доработки окончательно утверждаем полученный документ.

Несколько слов об оформлении стандартов. Они могут быть двух видов:

- Стандарты можно писать общим текстом со схемами и картинками.
- Стандарты могут иметь табличный вид.

Стандарт продажи	Описание стандарта
Клиент входит в магазин. Приветствие клиента	<ul style="list-style-type: none">• Продавец устанавливает зрительный контакт, улыбается и здоровается с каждым посетителем, вошедшим в магазин. Приветствуя клиента, сотрудник находится в открытой позе. Приветственные фразы: «Доброе утро» до 12.00, «Добрый день» с 12.00 до 17.00, «Добрый вечер» с 17.00.
Завершение продажи	<ul style="list-style-type: none">• Продавец дает возможность клиенту осмотреться в торговой зоне 1–3 минуты.• Продавец подводит итоги переговоров, получает согласие клиента на покупку, подчеркивает верный выбор покупателя. Желательно затронуть еще одну характеристику изделия, о которой не было сказано ранее.• Делает предложение по «допродаже»: «К этому кольцу мы можем подобрать серьги»; «С этими серьгами очень хорошо смотрится вот этот подвес».• Рассказывает о способах ухода за изделием.• Рассказывает о дисконтной программе магазина (при наличии таковой).• Благодарит клиента за покупку: «Благодарим Вас за покупку».• Прощается с клиентом, выражает надежду увидеть покупателя еще раз: «До свидания, надеемся увидеть Вас еще раз в нашем магазине».

Данная таблица несет в себе важную функцию, она дает возможность раскрыть суть стандарта. В левой колонке прописывается название этапа, а в правой его суть и рекомендации, выраженные в действиях продавца. Только когда сотрудник понимает, зачем выполнять какой-либо пункт стандарта, у него появляется мотивация к действию.

Табличный вариант может быть и вот таким:

Стандарт	Запрещается
Форменная одежда	
Сотрудник, находясь на рабочем месте, обязан иметь аккуратный и опрятный внешний вид. <ul style="list-style-type: none">• В торговом зале продавец носит только рабочую форменную одежду. Бедж является обязательным атрибутом форменной одежды.• Униформа должна быть чистой и выглаженной. Продавец должен самостоятельно содержать форменную одежду в чистоте и аккуратности, следить за ее состоянием перед каждым выходом на работу и в течение всего рабочего дня.• Для девушек обязательно ношение колгот или чулок телесного цвета.• Обувь в торговом зале обязательно должна быть закрытая, классического стиля, черного цвета.	Выходить в торговый зал в одежде и обуви, не в форменной одежде установленного образца. <ul style="list-style-type: none">• Надевать грязную, мятую, неопрятную форменную одежду;• надевать обувь с открытой пяткой или мыском.• надевать колготы в сеточку или с рисунком.• добавлять в форменную одежду дополнительные аксессуары: брошь, шейный платок, шаль и т. д.• находиться в торговом зале без беджа.

Эту таблицу стоит использовать, чтобы избежать негласного правила «Все, что не запрещено, то разрешено». К сожалению, оно достаточно прочно сидит в головах у людей. Эта форма определяет степень вариативности ваших сотрудников. Мы даем некую свободу продавцам при обслуживании клиентов, четко определив, какую границу переходить нельзя. Все ситуации обслуживания сложно прописать и прописать, поэтому продавец должен обладать самостоятельностью и творческим подходом.

Обычно в хорошо прописанных стандартах можно встретить все три варианта. Особое внимание хочется уделить наглядности стандартов, т. е. наличию картинок. Это очень важно, поскольку снимает вариант разночтений (например, что такое допустимый маникюр), а также помогает понять сложные инструкции (например, по заполнению документов или по использованию программного обеспечения). Желательно прикладывать к стандартам не пустые бланки отчетности, а заполненные образцы с инструкцией по заполнению.

12 октября 2012 года
авторский тренинг Инги Орловой по теме:
«РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ СТАНДАРТОВ РАБОТЫ
СОТРУДНИКОВ ЮВЕЛИРНОЙ КОМПАНИИ».

Подробности по телефону:
8 (495) 744-34-64; 232-22-60
или на сайте www.6carat.ru

РАСПИСАНИЕ СЕМИНАРОВ И ТРЕНИНГОВ
«МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ»
НА СЕНТЯБРЬ – ДЕКАБРЬ 2012 г.



№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
СЕНТЯБРЬ			
1	17 сентября	Семинар «Федеральный пробирный надзор: учет драгоценных металлов и драгоценных камней, специфика документо-оборота на предприятиях ювелирной отрасли»	Руководители, владельцы, бухгалте-ры, экономисты ювелирных компаний
2	18–19 сентября	Тренинг «Эффективное управление ювелирной компаний»	Владельцы, директора, управляющие
3	20–21 сентября	Тренинг «Практика розничных продаж ювелирных украшений»	Продавцы ювелирных магазинов, спе-циалисты по розничным продажам
ОКТАБРЬ			
4	1–2 октября	Тренинг «Продажи ювелирных украшений высоких брендов: сегмент PREMIUM и LUXE»	Продавцы ювелирных магазинов, спе-циалисты по розничным продажам
5	1–2 октября	Тренинг «Личная эффективность директора ювелирной компании (управление собой и управление другими)»	Владельцы, директора, управляющие
6	12 октября	Семинар-практикум «Разработка и внедрение стандартов работы сотрудников ювелирной компании»	Владельцы, руководители ювелир-ных компаний, специалисты отделов по работе с персоналом
7	15–16 октября	Тренинг «Практика оптовых продаж ювелирных украшений»	Продавцы ювелирных магазинов, специалисты по розничным прода-жам
8	15–16 октября	Тренинг «Практика розничных продаж ювелирных украшений»	Специалисты по оптовым продажам
9	Октябрь (2 дня)	Семинар «Ювелирные камни и драгоценные металлы: основные характеристики и свойства»	Широкий круг специалистов ювелир-ной отрасли
10	22–23 октября	Семинар «Инструменты анализа в управлении ассортиментом для торговых домов и ювелирных магазинов»	Руководители, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы
НОЯБРЬ			
11	1-2 ноября	Семинар «Практика привлечения и удержания клиентов. Программа лояльности»	Владельцы, директора, руководите-ли ювелирных компаний, специали-сты отделов рекламы и маркетинга
12	12 ноября	Семинар «Экономика ювелирного магазина»	Руководители ювелирных магазинов, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закуп-кам, товароведы
13	13 ноября	Семинар «Система материального стимулирования персонала ювелирного предприятия»	Руководители, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы
ДЕКАБРЬ			
14	6–7 декабря	Семинар «Креатив в ювелирной рекламе (или как сэкономить 70% на рекламном агентстве)»	Владельцы, руководители ювелир-ных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга

Проводятся также семинары в корпоративном формате как на базе вашей компании в вашем городе, так и у нас!
Внимание! В расписании возможны изменения. Следите за обновлениями на сайте <http://www.6carat.ru/>
Получить информацию по семинарам можно по телефонам:
+ 7 (495) 744-34-64, 232-22-60, 232-33-79
или по e-mail: info@6carat.ru; 6carat@inbox.ru 

KÜNKER — осень 2012

После короткого летнего перерыва нумизматический аукцион Künker проводит осеннюю сессию аукционов. В этот раз представленных монет и медалей намного больше, чем в предыдущие годы, и поэтому в октябре 2012 г. коллекционеров и инвесторов ожидает целые две недели торгов.



Первая часть (аукционы 216–218) пройдет в г. Оснабрюке с 8 по 12 октября 2012 г. и будет посвящена античным монетам (1638 лотов), монетам всего мира и Германии (2639 лотов) и золотым монетам мира (1185 лотов). Вторая часть пройдет там же буквально через две недели и будет длиться всего два дня — 30 и 31 октября. Наиболее интересными во второй части для коллекционеров будут монеты коллекции земли Гессен и, конечно же, монеты России.

Из античных монет никак нельзя пропустить редчайший статер греческой провинции Фракия, датируемый 380–370 гг. до н. э. (лот 222). Эстимейт этого уникального предмета 40 000 евро. Но монета, по сути, является произведением искусства, поскольку столь выразительного изображения сатира трудно встретить даже в изображении. В идеальной сохранности представлен также ауреус последнего императора

из династии Флавиев Домициана. Монета датирована 81–96 гг. н. э. (лот 902). Стартовая цена этого уникального предмета 10 000 евро.

Поражает своей сохранностью и медаль времен правления датского короля Кристиана V. Сохранились даже мельчайшие детали одежды короля. Эта медаль (лот 2073) начнет торги с 15 000 евро. Государство Трансильвания (по преданию, именно там жил граф Дракула) представлено талером 1660 г. (лот 3156).

На торгах, которые пройдут в среду 10 октября, аукцион **Künker** представит очень хорошую подборку китайских монет. Наиболее интересной является доллар 1916 г. с изображением императора в военном мундире на аверсе и драконом на ревересе (лот 3223). Старт этой монеты 3000 евро, но, как показывает практика, обычно конечная цена на такие монеты повышается над стартовой в несколько раз.



И наиболее интересная часть первой недели октябрьских торгов — золотые монеты мира и монеты Германии после 1871 г. Во всем многообразии монет, из которых почти каждая может стать украшением любой коллекции, хотелось бы выделить несколько. Английские 5 фунтов 1839 г. королевы Виктории. Монета в высшей нумизматической сохранности (proof). Изображение льва на реверсе выполнено с особой точностью. Это лот 5193, и торги по нему начнутся с 40 000 евро.

Шведская медаль в 26 дукатов 1769 г., на которой изображены король Адольф с супругой Луизой, сестрой Фридриха Великого, без сомнения вызовет большой интерес у коллекционеров. Это лот 5394 — эстимейт 10 000 евро. Из монет Ав-

стрии хотелось бы обратить внимание на дукат 1629 г. короля Фердинанда III. Кроме того, что монета в идеальной сохранности, это один из двух известных экземпляров. И после торгов в октябре 2012 г. может пройти более 50 лет, пока такая монета вновь появится на торгах (лот 5614 — 10 000 евро).

На торгах в пятницу 12 октября 2012 г. будет выставлена одна из редчайших монет Веймарской республики — 5 марок 1933 г. Эта монета в высочайшей сохранности (proof) начнет торговаться с 6000 евро (лот 6092).

С полной электронной версией аукционов **Künker** можно ознакомиться на сайте аукциона www.kunker.de. Асбумажной версией каталога — в Российском представительстве **Künker**.

Осенние аукционы 216 – 218 с 8 по 12 октября 2012 года в Оснабрюке



Княжество Черногория
Николай I, 1860 – 1918. 100 перперов 1910 г., Вена. Очень редкие. xf – unc



Королевство Швеция
Адольф Фридрих, 1751 – 1771. Золотая медаль к 26 дукатам 1769 г. Almost unc



Римско-Германская Империя
Фердинанд III. Дукат 1629 г., Глац. Наиредчайший. Almost unc



Тракия
Пантикапей. Статер 380/370 до Рождества Христова. vф



Герцогство Бавария
Максимилиан I, 1598 – 1651. 2 дуката 1618, Мюнхен. Редкие. unc



Римская империя
Волузиан, 251 – 253. Очень редкая. xf

Осенние аукционы 216 – 218

- Античные монеты
- Золотая и серебряная чеканка – многочисленные серии монет средних веков Европы, китайских монет, также немецких монет XIX века
- Немецкие монеты с 1871 года

Сотрудничайте с нами – выставляйте Ваши монеты у нас!

Более 10000 клиентов по всему миру доверяют нашему аукционному дому. Мы гарантируем Вам профессиональную обработку Ваших монет и медалей, ссылаясь на новейшие экономические стандарты, а также на многолетний опыт более 210-ти успешно проведенных аукционов. На наших аукционах, проходящих регулярно 4 раза в год, принимают участие тысячи клиентов.

Аукцион «Нумзматические раритеты» с 30 по 31 октября 2012 года в Оснабрюке



Город Гамбург
Адмиралтейский португалезер 1675 г. Наиредчайший. xf



Священная Римская Империя
Фердинанд III, 1627 – 1657. 40 дукатов 1629 г., Прага. На
корование. Музейный экземпляр. Предположительно
единственный на нумзматическом рынке.



Царская Россия
Николай II, 1894 – 1917. Рубль 1911 г., Санкт-
Петербург. Редкий. Proof



Царская Россия
Екатерина II, 1762 – 1796. 10 рублей
1774 г., Санкт-Петербург. Редкие.
xf – unc



Царская Россия
Николай II, 1894 – 1917. 25 рублей
(2½ империала) 1908 г., Санкт-
Петербург. Очень редкие. xf – unc



Балтика
Рига. Кристина, 1632 – 1654. 10 дукатов 1645 г. xf



Ландграфшество Гессен-Марбург
Людвиг IV, 1567 – 1604. Двойной Талер 1595 г., Марбург. xf



Аукцион «Нумзматические раритеты»

- 300 редких монет и медалей Гессена – Коллекция Меркатора
- Редкие монеты и медали России
- Швеция и ее владения – коллекция Юлиуса Хагандера, часть IV
- Коллекция Фогель, Гамбург часть III – Золотая чеканка шести столетий

KÜNKER

Coin and Gold Trading
Auction House for Coins and Medals

Закажите уже сегодня Ваши
личные каталоги!

www.kuenker.com · service@kuenker.de · Телефон: +49 541 9620 245 · Факс: +49 541 9620 222

Fritz Rudolf Künker GmbH & Co. KG · Gutenbergstrasse 23 · 49076 Osnabrück · Germany

Жемчужное искушение



www.safo.be

Это единственный из всех драгоценных камней, который взращен живым организмом. Жемчуг издревле слыл большой редкостью, а его происхождение было окружено тайной. Римский историк Плиний полагал, что он зарождается из росы. Китайцы же считали, что жемчужины — это плевки драконов... На самом деле жемчуг не что иное, как карбонат кальция CaCO_3 , в котором распределены связанные частицы воды. Казалось бы, никакой загадки, но... трудно поверить, что это перламутровое чудо рождается без знамения свыше! Недаром лучшая половина человечества пришла в восторг, когда японец Кокичи Микимото научился выращивать жемчуг искусственным путем. Это памятное событие случилось в 1896 году... Увы, сейчас фирмы «Микимото» не существует, а ее название куплено как бренд одним банковским консорциумом.



Все термины, связанные с жемчугом, вошли в практику с подачи японцев. Хотя жемчуг уже давно выращивают в других странах, вес его по-прежнему измеряется в момах (3,75 г), на аукционах за него платят в иенах, а лот, выставленный на продажу, называют «хамадж» (от японского «hama» — девочка). Сегодня цена одного хамаджа — примерно 15 тысяч иен за мом. Можно считать и в других валютах, но зачем: ведь это так красиво — покупать момы жемчуга и расплачиваться за них иенами. Аукционы проходят в июне и августе каждого года.

Основную массу морского жемчуга, идущего на мировой рынок, выращивают в Австралии, Индонезии, на Таити и в Мьянме. Жемчуг, добываемый в южных морях, наиболее хорош: он рождается в чистейших водах красивейшего из океанов, вдалеке от судоходства.

Производство жемчуга довольно дорого и требует высокого профессионализма, опыта и особых навыков. Тут очень важно выдерживать технологию и учитывать все природные и иные риски, самые забавные из которых — это возможность быть съеденным стаей акул или ужаленным ядовитой медузой. У ловцов жемчуга свои загадочные, а порой и жутковатые ритуалы. Хотите узнать, как на острове Борнео «размножают» жемчужины? Их складывают в бутылку, подсыпают туда риса и затыкают все это... пальцем мертвого человека. Да-да, настоящим пальцем, отрезанным у мертвеца грабителями могил. Сейчас правительство борется с этим обычаем.

Первым шагом в процессе производства жемчуга является вылов устрицы под названием

«пинтада». Она может достигать 40 см и обитает только в чистой океанической воде с определенным содержанием соли. Очень требовательна эта устрица и к температурному режиму. Ее единственный источник питания — планктон, который она фильтрует из воды. Пинтада добывается профессиональными ныряльщиками недалеко от берегов Австралии, кишасших акулами. Власти страны установили жесткую квоту на отлов этой раковины: не более 50 тысяч штук в год. Есть эту устрицу, в отличие от ее близких родственников, нельзя.

Далее в раковину вводится круглый кусочек другой раковины диаметром примерно 7 мм (считается, что для этой цели лучше всего подходят речные моллюски, которых специально культивируют в водах Миссисипи). Вот этому кусочку и предстоит превратиться в жемчужину. Два долгих года пинтада постепенно будет обволакивать его слой за слоем перламутровой пленкой — хорошо, если равномерно, но чаще всего бывает иначе. Для устрицы это естественная реакция на инородное тело. Работу по внедрению делают настоящие профи, ведь малейшая ошибка может привести к гибели устрицы или потере жемчужины.

Как только операция закончена, устрицу помещают в решетку с несколькими другими раковинами и вывешивают в родную среду. Каждую неделю решетки вынимают, чтобы почистить и перевернуть раковины. Очень важно держать их чистыми и здоровыми, надо помогать устрицам, ведь они — как домашние животные на пастбище. Если устрица-мама нездорова, то и детеныш выйдет неказистым... Но вот прошло два года, настала пора собирать урожай. Катера, оснащенные современными рентгеновскими аппаратами, выходят на промысел.

Пятью основными характеристиками жемчуга, влияющими на цену, являются размер, форма, цвет, блеск и чистота поверхности. В тех местах океана, где течение холодное, устрица становится ленивой и медленнее обволакивает ядро перламутром, а если вода слишком теплая, то мала вероятность выхода круглой жемчужины. Чем меньше планктона приносит течение, тем слабее устрица, тем меньше она работает. Все это воздействует на рост жемчужин и определяет их качество. Как и люди, жемчужины могут быть похожи друг на друга, но никогда не бывают одинаковыми.

Форма жемчуга весьма многообразна, и ее принято классифицировать следующим образом:

- круглая (round);
- полукруглая (semi round);
- капля (drop);
- пуговица (button);
- барокко (baroque);
- обруч (circle).

Каждой из этих групп свойственны свои характеристики и отдельный подход к оценке качества. Самые редкие жемчужины, конечно же, круглые. Шар — это безукоризненная форма, а совершенство большая редкость. Люди обожают именно





Русские самоцветы



Русские самоцветы

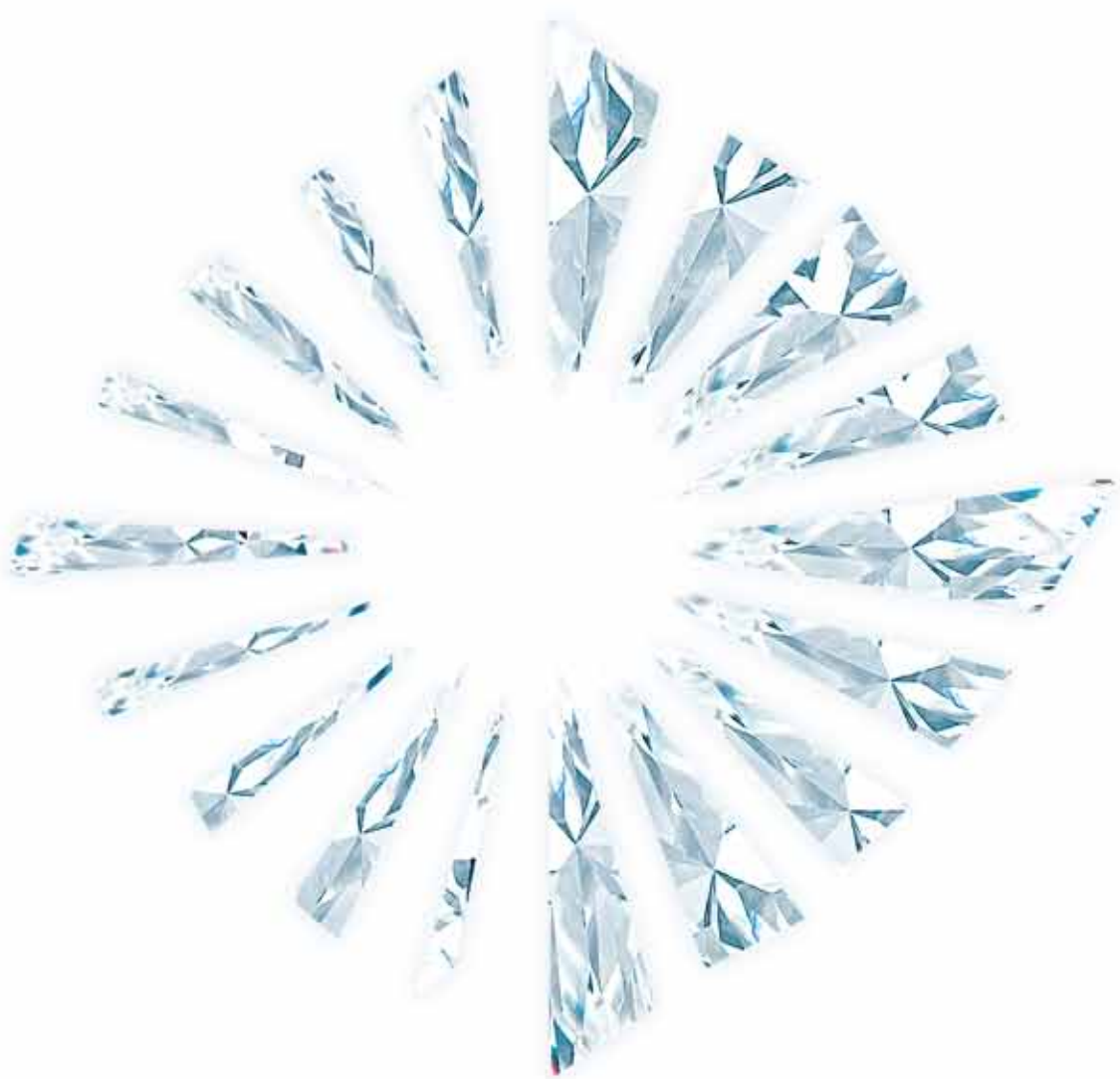


Ювелирторг



Вышло в свет шестое издание книги **Николая Тимошука «Ювелирные тайны»**. Эта книга о том, как устроен ювелирный бизнес. Автор более 20 лет работает в мире торговли драгоценными камнями, хотя пришел туда из науки. Поэтому желание честно и объективно донести накопленные знания до читателя — дань традиции и профессиональной этике.

Эта книга для тех, кому интересно узнать, как создаются украшения, что и сколько стоит в ювелирном мире и как этот мир устроен. Возможно, те, кто полюбил красоту, закованную в металл, прочитав эту книгу, сделают меньше ошибок при выборе украшений. Здесь нет ни рекламы, ни манипулирования сознанием в интересах «правильной» фирмы, ни научнообразного тяжеловесного анализа формул химического состава и обсуждения генезиса минералов. Это взгляд изнутри геммолога-профессионала на тему, в которой многие люди хотели бы хоть немного разбираться.



CRYSTALIT
corporation

Уникальная коллекция
ювелирных камней

МОСКВА - КОСТРОМА -
КРАСНОЕ-НА-ВОЛГЕ -
ЕКАТЕРИНБУРГ

8(800) 200 22 28
звонок с любого телефона
бесплатный
www.crystalit.ru



круглый жемчуг, и именно он чаще всего встречается в украшениях. Жемчуг — живая субстанция, и здесь действуют те же законы, что и в нашей жизни: как правило, на хамадж (лот в 100 единиц) приходится только одна-две идеально круглые жемчужины. Забегая вперед, отметим, что из всего хамаджа лишь примерно 5% жемчужин достигают диаметра 18 мм. В целом же размер жемчуга варьируется от 8 до 24 мм. Разнообразие форм при этом поражает: приходилось видеть жемчужины в виде птички, человеческого лица, хвостатой кометы, кобры в стойке нанесения удара...

Если мы встречаем такое разнообразие форм и размеров жемчуга, а круглых и крупных среди них так мало, то возникает закономерный вопрос: почему бы не оставить устриц в море еще на полгодика, чтобы нагуляли вес? Как показала практика, двухгодичный цикл оптимален с точки зрения эффективности и себестоимости продукции. Факторы, которые надо учитывать, — это стоимость труда, жизненный цикл моллюска, риски, связанные с погодой, наконец, потребности рынка.

Теперь о цвете. Тут систематизация — вещь весьма тонкая и в какой-то мере условная. Только

специалисты, «набившие глаз», могут разбираться в оттенках и всевозможных нюансах. Цвет жемчужины всегда соответствует цвету ее ложа — материнской раковины. Различают три вида устриц — белые, желтые, черные. На рынок белый жемчуг поступает в основном из Австралии — там этот цвет имеет 80% извлекаемых жемчужин, а весь черный жемчуг идет из Таити. Индонезия и Малайзия производят в совокупности 70% желтого и 30% белого жемчуга. Но не все так просто. Проблема в том, что жемчуг в одной категории цвета бывает разного оттенка.

Например, среди жемчуга желтого (золотого) цвета различают темно-желтый, средне-желтый и цвета шампанского. В белом цвете выделяют серебристый, кремовый, розовый и абсолютно белый. Группируют также по налету (зеленоватый, розоватый, желтоватый и т. д.). Так называемого черного жемчуга с Таити лучше вообще не касаться: там можно увидеть все цвета радуги, вдобавок подразделенные на оттенки и налеты.

Очень важен в жемчуге блеск. Речной жемчуг, популярный в нашей стране, не ценится высоко из-за своей тусклости. Морской жемчуг выгодно



RUSGEMS

Более чем достаточно!

Драгоценные и полудрагоценные камни

Жемчуг морской и пресноводный

Синтетические камни и фианиты "Dallos"

Камнесамоцветное сырье

реклама

МОСКВА

Россия, 115419, Москва,

Ул. Орджоникидзе, 11, стр. 1/2 Е

Тел. +7 (495) 730 00 46

Факс +7 (495) 730 30 36

E-mail: sales@rusgems.ru

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Россия, 197022, Санкт-Петербург,

П.С. Большой проспект, 100, офис 623

Тел./факс +7 (812) 335 55 69

КОСТРОМА

Россия, 156005, Кострома,

Ул. Советская, д. 69, пом. 2

Тел. +7 (4942) 47 15 12

Факс +7 (4942) 47 15 32

E-mail: kostroma@rusgems.ru



отличается от речного собрата исходящим от него удивительным блеском. А блестит он всегда: на солнце приобретает лоск, в сумерках глянец, особенно он хорош при сиянии электрических огней в фойе театров и в ночных клубах.

Еще один фактор, влияющий на цену, — это количество дефектов на поверхности. Как и любое творение природы, жемчуг не идеален. На поверхности жемчужины всегда можно рассмотреть легкие полосы, следы кривых линий, ямочки и углубления. Трудно найти круглую жемчужину, совершенную по цвету, размеру, блеску и чистоте поверхности. Если вам показывают жемчуг идеальной формы, знайте: это подделка. Настоящий жемчуг должен вырасти в устрице. Независимо, живет она на плантации или на воле, главное, чтобы вокруг нее была обычная морская вода, без минеральных подкормок и т. д. Отступления от этих условий легко обнаруживаются лабораториями, и такой жемчуг рассматривается как искусственный. А как вы помните, искусственные камни стоят в десятки, а то и в сотни раз дешевле природных собратьев.

Что касается формы, то ценится еще грушевидный жемчуг (он идеально подходит для сережек). Есть также жемчуг фантазийной формы, в некоторых случаях котирующийся довольно высоко. Если нужно слегка улучшить форму жемчужины, ее можно подвергнуть небольшой шлифовке.

Если природную жемчужину размером 9 мм условно оценить в 10 долларов, то можно с уверенностью утверждать, что с возрастом диаметра на 1 мм до размера 11 мм цена удваивается, а с 12 до 17 мм растет пропорционально на 30% за каждый миллиметр. Затем цена снова удваивается, а в размере от 18 до 19 мм — утраивается от последней цены (за 17 мм). Далее уже речь идет об уникальных экземплярах с эксклюзивной ценой. На сегодня цена белого и желтого (золотого) жемчуга примерно одинакова, а черный в два раза дешевле. С одной оговоркой: начиная с 17 мм черный жемчуг уже дороже белого, потому что очень трудно найти этот размер на рынке.

Недавно я посещал в Люцерне коллег из компании «Губелин». Они тестировали жемчуг




Schoeffel

рентгеновским аппаратом, причем самым обычным. Доктор Дитмар Шварц объяснил, что сейчас все серьезные лаборатории просвечивают жемчуг. В тот день им предстояло выдать сертификат на изделия из жемчуга, подаренные Наполеоном своей жене Жозефине. Тогда еще не умели выращивать жемчуг, за ним ныряли. Сейчас жемчуг, добытый таким путем, ценится все так же высоко. Не знаем, на сколько потянул «жемчуг Жозефины», но вот кольцо из 28 крупных жемчужин, выращенных дикими устрицами и собранных ныряльщиками, недавно было выставлено на аукцион «Сотбис» за 2 миллиона долларов. Дороги и отдельные крупные жемчужины. Например, брошь с жемчужиной 18 мм предлагается за 600 тысяч, сережки с парой таких же красавиц — за 500 тысяч.

Распространенная легенда утверждает, что жемчуг обязательно должен контактировать с человеческой кожей, иначе он тускнеет и разрушается. На самом деле жемчуг состоит из довольно прочного материала, и разрушить его нелегко (конечно, если не бросать его в кислоту или не держать на ярком солнце — этот камень не выносит ультрафиолета). А блеск жемчугу придает вода, захваченная в плен мелом. Но мел так крепко ее держит, что бедняжке некуда деваться.

Все же надо учитывать, что жемчуг — не из породы долгожителей. Обычно жемчужина умирает через 100 лет. Если хранить ее в идеальных условиях, то она может прожить и 200, и 300 лет, но не более. Поэтому нам не дано любоваться великими жемчужинами древности — вроде той, которую Марк Антоний преподнес Клеопатре.

Осталось сказать о жемчуге, выращиваемом сейчас в Китае на огромных рисовых полях, обладающих исключительно высокой биопродуктивностью. Местные крестьяне, пользуясь этим, стали разводить жемчужных устриц. Потом жемчуг продают, а устриц скормливают свиньям. Все отлично продумано, вот только живут такие жемчужины всего 20 лет... 



Аргентум 925

Ювелирные украшения
с натуральными камнями
в серебре, производства
Италии, Филиппин, Тайланда,
Гонконга, России.
Ассортимент регулярно
обновляется.
Высокое качество изделий.
Прямые контрактные поставки.
Оптовикам гибкие условия.
Удобное расположение офиса.

Россия,
Москва, Ленинский пр., д. 2А, 9-й этаж
тел.: +7(495) 647-98-38, 638-45-37,
+7(499) 236-07-91
e-mail: balexgroup@gmail.com,
anbsilver@mail.ru
www.ag925.ru, www.silverstones.ru



*С. Шинов Гранат. 2007.
Нефрит зеленый, яш.м.
H 130 мм*

Галина Габриэль, кандидат искусствоведения

Союз двух столиц

В конце мая в немецком городе Идар-Оберштайне с огромным успехом и вниманием со стороны властей, средств массовой информации, художников, публики прошла масштабная совместная выставка немецких и санкт-петербургских камнерезов, где было представлено около двухсот работ — примерно по сто с каждой стороны. Предполагается, что этот проект станет прологом к дальнейшим творческим акциям художников из Германии и Санкт-Петербурга, в том числе совместной выставке в Государственном Эрмитаже, приуроченной к открытию в здании Главного штаба музея К. Фаберже.

Переоценить значимость этого события как для мастеров из Германии, так и России, теперь уже совершенно очевидно, невозможно. Для камнерезов из Санкт-Петербурга, а наша делегация оказалась весьма внушительной, это была уникальная возможность увидеть в таком широком диапазоне работы замечательных мастеров из Идар-Оберштайна — Мекки европейского камнерезного искусства. До этой выставки лишь нескольким петербургским мастерам посчастливилось посетить этот город и познакомиться с творчеством отдельных камнерезов, остальным оставалось довольствоваться информацией из альманаха «Сизиф» или Интернета. Но думается, что и опытным немецким мастерам было чрезвычайно интересно узнать, чем живут в России их коллеги по ремеслу, что вдохновляет их

в нелегком труде камнереза, как они решают свои творческие задачи, на какие традиции они опираются и как их развивают.

В одной экспозиции в знаменитом Музее драгоценного камня — крупнейшем и лучшем в Европе, отпраздновавшем недавно свое 150-летие, были собраны работы, разные по жанрам, индивидуальному подходу к камню, использованию технологий, разные по ощущению и пониманию «высших» целей и задач камнерезного искусства. Но всех участников — мэтров и молодых мастеров объединило здесь одно чувство — любовь к камню, которому они посвятили свою жизнь...

Несколько слов о предыстории этого события. Важную роль в его осуществлении сыграли личные контакты семьи известнейших камнерезов из Идар-Оберштайна Дрехеров с коллек-



На дружеской
вечеринке
у Дрехеров



Открытие
выставки

ционером Максимом Арциновичем. Во многом благодаря его поддержке в 2009 году была организована поездка нескольких камнерезов из Санкт-Петербурга в легендарный Идар-Оберштайн, где они смогли реально оценить художественный и технический уровень работ немецких резчиков, восхититься их работоспособностью и дисциплинированностью и впервые подумать о возможности совместных акций. Работа над проектом выставки продолжалась около года и мощно активизировалась с приездом в Санкт-Петербург на конкурс «Ювелирный Олимп» Патрика Дрехера, одного из организаторов с немецкой стороны, поставившего нашим участникам достаточно жесткие условия, подстегнувшие их энтузиазм и творческие усилия. Нет смысла описывать все сложности организации этой выставки, проводимой впервые в истории современного камнерезного искусства. Достаточно вспомнить, что некоторые работы наши мастера дорезали в последние дни и даже часы до открытия выставки и экспонировали буквально «тепленькими». Главное, что она состоялась и доставила подлинную радость как самим художникам, так и многочисленной публике, в огромном количестве посещавшей экспозицию.

На открытии выставки, а оно получилось торжественным и красивым, присутствовали министр культуры земли Рейнланд-Пфальц, бургомистр региона, директора музеев, коллекционеры, художники. Все они подчеркивали важность этого события, в том числе в деле восстановления творческих и деловых контактов между Идар-Оберштайном и Санкт-Петербургом. В этом контексте не раз упоминалось в речах и имя Карла Фаберже, которого знают и почитают в Идар-Оберштайне. Известно, что многие местные камнерезы работа-



Музей драгоценного камня Идар-Оберштайна



ли на рубеже веков на Фаберже: резали фигурки животных, прежде всего из агата, которые затем ювелирно дорабатывались в Санкт-Петербурге и реализовывались уже как изделия фирмы Фаберже. Эти заказы тогда во многом помогли сохранить в регионе камнерезное ремесло, дали импульс для его развития. Традиции эти, в отличие от России, в Идар-Оберштайне не прерывались, мастерство передавалось по наследству, и неудивительно, что, когда интерес к работам Фаберже вновь активизировался, на мировых аукционах и на страницах престижных изданий под именем Фаберже порой демонстрировались и продавались работы уже современных немецких мастеров.

Но вернемся к выставке в музее. Ее экспозиция была сформирована немецкой стороной, и они в основном разместили работы по жанровому принципу: анималистика к анималистике, цветы к цветам и т. п. В результате было чрезвычайно любопытно сравнивать работы конкретного жанра немецких и петербургских мастеров, находить общие принципы подхода к камню и определенные различия.

В жанре анималистики с немецкой стороны несомненно доминировали работы трех поколений Дрехеров. Это семейство — одно из самых уважаемых в мире резчиков по твердому камню и ведет свою профессиональную родословную уже в пятом поколении. На выставке были представлены работы, пожалуй, самого известного сегодня в мире мастера Герда Дрехера, его отца Пауля и сына Патрика, продолжающего семейный бизнес. В этом направлении творчества Дрехеры достигли безусловного совершенства Их животные — это не только точное воспроизведение анатомических особенностей того или иного вида, передача характерной пластики движений, но и схваченный характер, мимика, настроение,



Герд и Патрик
Дрехеры
Полнокровный
жеребец. 2011.
Цельный
бразильский
агат. 136 мм



Герд и Патрик
Дрехеры
Жаба. 2003.
Цельный агат.
Н 94 мм



Герд и Патрик Дрехеры
Шимпанзе. 2009.
Цельный
бразильский агат.
Н 71 мм



Герд и Патрик
Дрехеры
Вуалехвост.
2003.
Цельный
обожженный
бразильский
агат.
Н 152 мм

образ... Они работают прежде всего с многослойным агатом разных оттенков, добиваясь потрясающе выразительных эффектов этого камня, используя его природные цвета или термически обрабатывая материал. Не менее эффектно и виртуозно выполнены их работы из многоцветной яшмы — например жаба, вырезанная из цельного блока трехслойной яшмы. Мастерство исполнения, потрясающее чувство материала впечатляло и в работах других немецких анималистов: Михаэля Пойстера, Кристофа Шмидта, Райнера Штейна. Многие работы немецких коллег были значительны в масштабе и выполнены из более дорогих материалов — лазурита, горного хрусталя, берилла, аметиста и даже драгоценных камней.

Анималистический жанр достойно был представлен и нашими мастерами. Это прежде всего бестиарий Геннадия Пылина, любезно представленный на выставку коллекционером Вадимом Зверевым. Это целая серия «концептуальных» резных улиток как именитых мастеров: Сергея Шиманского, Сергея Фалькина, — так и качественные, интересные работы молодых Михаила Маслякова, Павла Даниловцева. Восхищение многих немецких мастеров вызвали «Рыбы» Антона Ананьева, принципиально отличные в концепции и исполнении от работ немецких ма-

Михаэль
Пойстер
(Коллекция
Маркуса
Вильда).
«Домовой слит
в расселине
скалы». 2010.
Агат.
Н 145 мм



Райнер
Штейн
Белый медведь.
2003.
Горный
хрусталь.
Н 165 мм





Наталья Бакут Икар. 2012.
Горный хрусталь, дымчатый кварц. 420х20х120 мм

стеров, также предложивших ряд композиций на эту тему. Анималистический ряд с нашей стороны продолжили быки, буйволы, мамонты, лягушки, змеи, выполненные мастерами в самой разной стилистике: от изящно-ювелирных вещей Сергея Станкевича, Бориса Качалова, Владимира Путрина до «Туманности Тельца» Сергея Шиманского, выставленного в центре экспозиции и вызвавшего самые живые отклики и восторги художников и части продвинутой немецкой публики.

В то же время многие немецкие мастера явно отдавали предпочтение более традиционным камнерезным работам петербургских коллег. Так, особый интерес Манфреда Вильда, известного резчика и владельца фирмы Emil Becker, выпускающей резные вещи в самом широком диапазоне, вызвали очень высокого качества исполнения цветочные композиции фирмы «Анна Нова», мощным блоком представившей свои работы в Идар-Оберштайне. Любопытно было сравнивать также блокированные миниатюры этой фирмы, изображающие различные «русские типы», с аналогичными композициями Райнера Штейна, одного из ведущих мастеров Германии в этом направлении. Пожалуй, основное различие между этими работами — обильное использование Штейном драгоценных камней. Надо сказать, что блокированная миниатюра, столь востребованная в России, в Германии не особенно популярна, и немногочисленные работы в экспозиции, скорее всего, можно рассматривать как продолжение традиций Карла Фаберже.

Сергей Шиманский
Туманность
Тельца. 2008.
Дымчатый
кварц, золото,
сердце,
бриллианты.
170х172х150 мм



Антон Ананьев
Рыба



Сергей Шиманский
Крик. 2008.
Дымчатый
кварц, золото,
сердце,
бриллианты.
170х172х150 мм



Герхард Шиндт
Босачу на облаке. 2011.
Агат.
245х300 мм



Маттиас Постлер
Оторваться от земли. 2009.
Горный хрусталь.
190х190х130 мм



Ганс-Ульрих
Паули
Арабский
скакун. 1995.
Агат. 50х60 мм

Всего несколькими вещами с немецкой стороны, и при этом достаточно традиционными, была представлена фигуративная пластика из цельного твердого камня. В этом направлении российские мастера очевидно превосходили своих коллег, прежде всего в плане психологической трактовки образа — достаточно сопоставить «Голову Христа» Дитера Рота и «Иешуа» Александра Левентала. Достоинно представили это направление и работы Натальи Бакут, Ольги Попцовой, оригинальные композиции Сергея Фалькина. А «Крик» Сергея Шиманского, по моим наблюдениям, многих посетителей надолго заставлял застывать у витрины... В этом плане, думается, некоторые работы наших художников что-то повернут в головах их коллег по ремеслу... Во всяком случае, так мне прокомментировал свое впечатление от вещей питерских резчиков известный канадский художник Лаул...

В то же время некоторые направления работы с камнем были представлены практически только немецкой стороной. Например, резьба гемм в твердом камне, которая у нас, увы, практически не развивается. И хотя далеко не все, что было представлено на выставке, впечатляло художественными достоинствами, во многих работах мастерство было продемонстрировано несомненное.

Искусство глиптики имеет достаточно давнюю историю в Идар-Оберштайне. Резьбе гемм немецкие мастера научились в Париже, который в середине XIX века был центром резьбы по камню. Здесь работали тогда не только французские, но и знаменитые итальянские, немецкие мастера, в том числе из Идар-Оберштайна. Вследствие франко-прусской войны все немцы были выселены из Франции, и в Идар-Оберштайн вернулась значительная группа мастеров, с чего и начался в регионе расцвет этого направления камнерезно-

го ремесла. В конце XIX века в регионе насчитывалось около 300 мастеров, резавших инталии и камней. В первой половине XX века началось угасание этого вида деятельности и лишь несколько мастеров занимались резьбой камней, среди них самым известным был Август Вильд. Сегодня в Идар-Оберштайне работают несколько потомственных семейств, которые и представили это направление в экспозиции. Традиционное для города ремесло резьбы печатей и семейных гербов показали такие фирмы, как «Лоренц», «Рудольф Келер», а также отдельные мастера. В этих работах используются в основном агат и сердолик, качество исполнения инталий очень высокое. Поразило и мастерство высокой резьбы по горному хрусталу в некоторых объемных вещах, как, к примеру, в массивной вазе Маттиаса Постлера «Оторваться от земли». В то же время некоторые вещи вызвали неоднозначную реакцию наших художников. Речь идет



Тсельмут Бусмер
Семейный герб
Бусмеров. 2009.
Горный
хрусталь,
гравировка,
окрашивание,
золото, рубины.
27х34 мм



Дитер
и Андреас Рот
Три
музыканта.
2012. Агат.
155x125 мм




Бернд
Мюнштайнер
Памятник. 1985.
Цитрин.
H 183 мм

о небольших, очевидно, заказных портретных камнях на черно-белом агате, слегка напоминающих... изображения на памятных надгробиях. Довольно много было показано больших по размеру — иногда более 20 см — резных камней на самые разные темы, скорее всего, также выполненных на заказ. Здесь можно выделить работы Герхарда Шмидта, отдающего предпочтение восточной, буддийской тематике, Дитера и Андреаса Рота, создающих масштабные композиции и целые серии на библейские и античные темы, Эрвина и Ганса-Ульриха Паули, режущих камни на самые разные сюжеты. Эти вещи вызвали разные чувства, но в любом случае нельзя было не отдать дань упорству и трудолюбию немецких мастеров. В то же время, посещая мастерские немецких коллег, наши художники с удивлением обнаружили, что для себя некоторые мастера режут совсем иные вещи, более камерные, психологически сложные... Увы, все это так напоминает и наши собственные ситуации с производством и реали-

зацией заказных работ.. С российской стороны изящные резные миниатюры-инталии, вырезанные в горном хрустале, показали только Евгений и Юлия Морозовы.

Любопытно было познакомиться и с еще одним направлением деятельности немецких коллег, практически не разрабатываемым у нас. Это техника гравировки по хрусталу или перламутру, которые затем окрашиваются, иногда оправляются в металл, украшаются драгоценными камнями. В этой технике были продемонстрированы в основном миниатюрные композиции, шкатулки, украшения, декорированные самыми неприятелями сюжетами, портретами или гербами.

Отдельно можно выделить в немецкой части экспозиции работы Мюнштайнеров, прежде всего потому, что их творчество представляет нетрадиционную линию в камнерезном искусстве Идар-Оберштайна. Имена потомственных мастеров Бернда и Тома Мюнштайнеров, отца и сына, известны далеко за пределами Германии, а роль Бернда Мюнштайнера в формировании новой концепции огранки камня в XX веке сегодня признается специалистами всего мира. Они показали на выставке удивительно выразительные объемные скульптурные объекты из прозрачных полудрагоценных минералов — цитрина, хрустала с рутиловыми включениями, экспериментируя с новыми формами фантазийной огранки, направляющей и концентрирующей внимание зрителя на внутреннем свете камня, его глубинной красоте. С помощью огранки они подчеркивают и цветовые особенности минерала, его неровный окрас, что становится важной составляющей общего дизайна их работ. Композиции Мюнштайнеров — это интеллектуальная игра между искусством и природой, между миром реальным и виртуальным...

Таким образом, в экспозиции был представлен практически весь спектр творческой деятельности и экспериментов художников и мастеров из Идар-Оберштайна и Санкт-Петербурга. Но помимо выставки наши художники могли оценить нюансы и секреты работы немцев в студиях, куда их любезно приглашали некоторые коллеги. Настоящие дружеские и профессиональные контакты здесь и зарождались. Немало времени провели наши мастера и на складах компаний, занимающихся продажей сырья, отбирая камень для своих будущих работ. Были также организованы поездки на старые минеральные копи, на фирму, занимающуюся продажей оборудования. Были поездки в дивный античный город Триер, дружеские вечеринки, совместные торжественные обеды, дегустация замечательных рейнских вин, немецкого пива и т. д. Лица у всех были счастливые... И думалось, что не зря были все усилия и напряжение последних месяцев, и хотелось надеяться, что эти встречи и открытия не последние в нашем общем с немецкими коллегами деле — сохранения и развития камнерезного искусства. 

Первый всероссийский конкурс авторского ювелирного искусства в Калининграде

Калининград становится центром притяжения авторского ювелирного искусства.



Номинация
«За воплощение
поэтической
метафоры
в ювелирном
изделии».
Оксана
Наумова,
Санкт-Петербург
(справа)



Номинация
«Эксперимент».
Наталья
и Алексей
Петровы,
Москва (слева)

В Первом всероссийском конкурсе авторского ювелирного искусства, который прошел в июне этого года в Калининградском музее янтаря, приняли участие художники из Златоуста, Екатеринбурга, Казани, Калининграда, Махачкалы, Москвы, Нижнего Тагила, Ростова-на-Дону, Санкт-Петербурга, Тольятти и Ярославля.

До сих пор основной акцент в работе музея был направлен на сотрудничество с зарубежными художниками и экспертами, что вполне объяснимо: научные исследования в области янтаря, его свойств, истории и художественной обработки традиционно объединяет отечественных и европейских художников и ученых из Калининграда, Москвы, Санкт-Петербурга, Беларуси, Германии, Дании, Италии, Литвы, Польши и Украины. Широкою международную известность приобрел янтарный творческий форум «Алатырь». Международная биеннале авторских работ из янтаря традиционно включает в себя не только твор-

ческий конкурс, но и международные научные симпозиумы, а также образовательные программы для молодых художников. Все это позволило Музею янтаря стать творческой лабораторией для обмена идеями, творческими направлениями, сложившимися школами по работе с янтарем. Сотрудниками музея была проделана огромная работа и, что особенно важно, накоплен бесценный опыт по организации серьезных международных форумов.

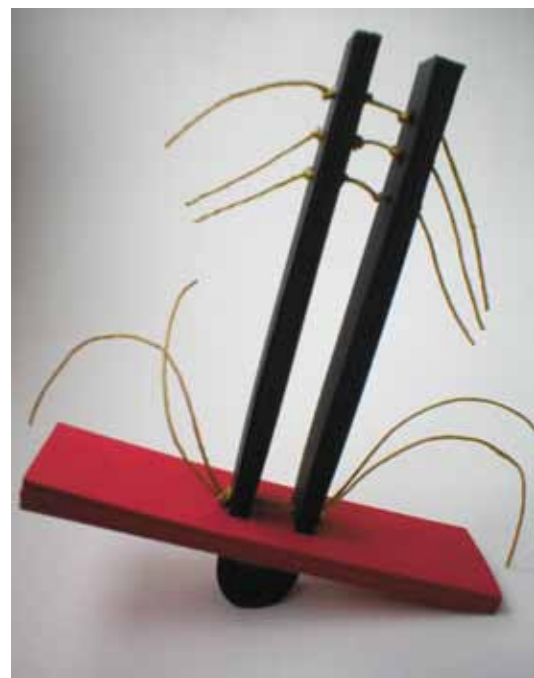
Так пришло время расширить нишу в арт-пространстве ювелирного искусства, и Калининградский музей янтаря выступил с инициативой проведения в своих стенах всероссийской конкурсной выставки авторского ювелирного искусства. Она также будет проходить в формате биеннале — раз в два года. Важный акцент Всероссийского конкурса — семинары, ставшие своеобразным центром коммуникаций: здесь шел обмен художественным опытом, рождались но-



Номинация
«Мастерство
исполнения».
Николай
Романов,
Нижний
Тагил (слева)



Номинация
«За вклад
в развитие
авторского
ювелирного
искусства
России».
Феликс
Кузнецов,
Москва (справа)



Номинация
«Эксперимент».
Наталья
и Алексей
Петровы,
Москва

вые творческие идеи, завязывались новые контакты. На семинаре «Российские региональные школы ювелирного искусства», длившемся два дня, кураторы конкурса и члены жюри говорили о региональных школах авторского ювелирного искусства, о творческом самовыражении художника, создающего уникальное ювелирное произведение. Два следующих дня были посвящены Франции: известный французский ювелир, президент Национальной Федерации Художественных Промыслов и Искусства (FNAMAC) Пьер-Мари Бернар прочел лекции по темам: «Ювелирное искусство в периоды правления Наполеона I (1804–1815) и Карла X (1824–1830)» и «Развитие эстетики украшений в XX веке. Механизмы творчества французских художников. Современные тенденции в ювелирном искусстве Франции». История ювелирного искусства обладает одной любопытной характеристикой: формы его не остаются в прошлом, мотивы повторяются, конечно же, с некоторыми изменениями и интерпретацией в новом стиле, но они не исчезают навсегда.

«Высокое» ювелирное искусство Франции хорошо известно всему миру своими шедеврами, в которых четко прослеживается неповторимый французский шик и утонченность Парижа. Тем любопытнее было послушать лекции Бернара, поскольку он исследовал развитие художественного вкуса, предпочтений так называемого «среднего класса». Ювелирные украшения, преломленные сквозь призму художественного восприятия мастеров того времени, позволяют лучше понять культуру, развитие общества и его общие эстетические предпочтения...

А затем настал черед собственно конкурса. На суд жюри художники из девяти регионов России представили украшения, предметы быта и другие изделия из драгоценных и цветных металлов в сочетании с драгоценными и поделочными камнями. На торжественном открытии с приветственной речью выступила директор Музея янтаря Татьяна Суворова, затем заместитель председателя Калининградской областной думы Сергей Юрьевич Юспин, министр культуры Калининградской области Светлана Анатольевна Кондратьева, отметившие в своих выступлениях значимость этого нерядового события, которое поможет формированию Калининграда как ювелирного центра



Номинация
«За воплощение
поэтической
метафоры
в ювелирном
изделии».
Оксана
Наумова,
Санкт-Петербург
(справа)



Номинация
«За вклад
в развитие
авторского
ювелирного ис-
кусства
России». Генна-
дий Быков,
Санкт-Петербург
(слева)



Номинация
«Слава России».
Светлана
Субботина,
Кострома
(справа)




России. Следует отметить, что уже существующие в России конкурсы ювелирного творчества обычно включены в программу мероприятий, сопровождающих крупные коммерческие выставки. При этом практически отсутствуют специализированные выставки-конкурсы авторского искусства, за исключением, пожалуй, Международного форума ювелирного искусства «Образ и Форма», направленного на выявление молодых и талантливых художников-ювелиров.

В жюри Первого всероссийского конкурса ювелирного искусства вошли ведущие искусствоведы России. Им пришлось провести сложный и трудный процесс выявления победителей более чем из пятисот работ, представленных на конкурс. Хотя само понятие «победитель» применительно к искусству определение не совсем точное, жюри применило это слово, используя условность данного понятия.

В номинации «Мастерство в создании художественного образа» лучшим признан петербуржец Юрий Быков, представивший серию украшений Ice, гарнитур из титана «Взмах» и кольцо «Чтобы не забыть», выполненный из дерева венге, меди, мельхиора и бумаги. За «Мастерство исполнения» пальма первенства досталась Николаю Романову из Нижнего Тагила, создавшему серь-

ги «Парча» из золота с использованием эмали и бриллиантов. В номинации «Эксперимент» первое место присудили ювелирам из Москвы Наталье и Алексею Петровым, их винтажные кольцо и браслет сделаны из бумаги. В связи с празднованием 200-летия победы России в Отечественной войне 1812 года была введена специальная юбилейная номинация — «Слава России». Здесь победителем стала Светлана Субботина из Костромы, создавшая плакетки из латуни «Сольбинские истории». Были также учреждены специальные премии, название и содержание которых определялись учредителями. Так, например, специальный приз от Калининградской организации писателей Союза российских писателей в номинации «За воплощение поэтической метафоры в ювелирном изделии» получила Оксана Наумова за коллекцию брошей «Принцип очертаний».

Первый конкурс всероссийского ювелирного искусства, безусловно, можно признать успешным. Дан старт укреплению межкультурных коммуникаций с художественными центрами России, а также созданию условий для демонстрации на территории Калининградской области достижений российского ювелирного искусства и повышения профессионального мастерства калининградских художников. 



Ювелир-2012

МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

3 – 9 сентября 2012 года

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvelirexpo.ru>



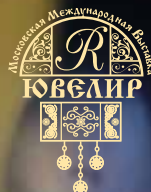
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-3

3-13 декабря 2012 года

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvelirexpo.ru>



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-Весна

4 – 9 марта 2013 года

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvelirexpo.ru>



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-2

14 – 23 мая 2013 года



КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvelirexpo.ru>

С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ!

СЕНТЯБРЬ

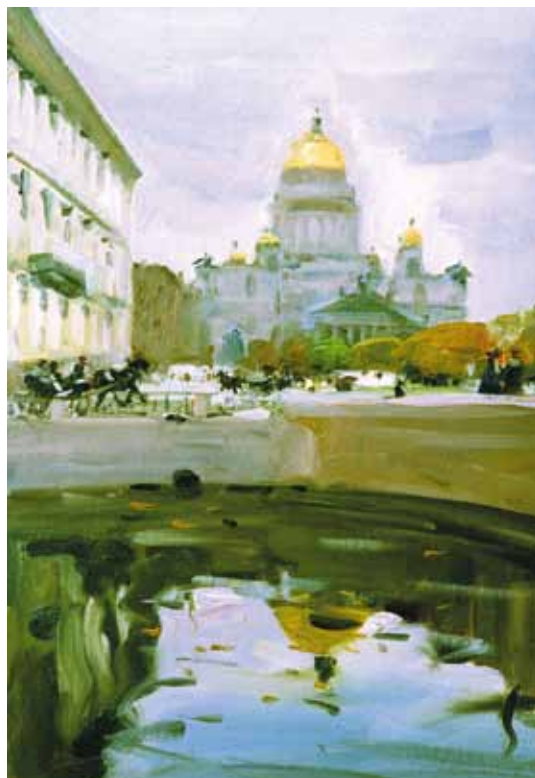
- 4 сентября** Наталья Викторовна Петренко, генеральный директор ТД «Агат»
- 4 сентября** отмечает юбилей Василий Анатольевич Симонов, генеральный директор компании «Сувениры Балтики»
- 13 сентября** Давид Моисеевич Гуревич, генеральный директор компании «Петрозолото»
- 15 сентября** Светлана Анатольевна Пилюшина, 1-й заместитель главного редактора журнала «Русский Ювелир»
- 21 сентября** Александр Борисович Слатин, коммерческий директор ПЮЗ «Красная Пресня»
- 22 сентября** Александр Григорьевич Иванюк, генеральный директор МЗСС
- 24 сентября** Григорий Михайлович Дризин, генеральный директор компании «СевЗапЮвелирпром»
- 26 сентября** Владимир Васильевич Коробкин, директор компании «ЮМО»
- 27 сентября** Ольга Владимировна Миронова, генеральный директор РосЮвелирЭксперт
- 29 сентября** Ольга Владимировна Попова, руководитель компании «Звезда Якутии»

К юбилею художника

18 июля 2012 г. исполнилось 60 лет известному художнику
Анатолию Ивановичу Перевышко...



*Вид
Петербурга.
2000 г.*



Анатолий Иванович Перевышко принадлежит к наиболее известным сегодня мастерам кисти Санкт-Петербурга. Многие его работы находятся в музейных и частных коллекциях России, Финляндии, США, Франции, Японии. А родился он в 1952 г. в городе Красный Лиман Донецкой области. Отец его был известным садоводом. Тяга к искусству у мальчика проявлялась с ранних лет, но выразилась только во время службы в армии, когда офицер, заметив художественные наклонности украинского паренька, подарил ему мольберт и настоящие краски. После службы в армии Анатолий поступил в Ленинградский инженерно-экономический институт, в котором, кстати говоря, учился известный театральный режиссер Семен Спивак, руководитель петербургского Молодежного театра на Фонтанке. Уже во время учебы состоялись первые выставки молодого художника-экономиста, посещавшего вечерние классы для взрослых при Государственном академическом институте живописи, скульптуры и архитектуры

им. И. Е. Репина. После окончания института с красным дипломом Анатолий Иванович пять лет работал экономистом в объединении «Красный треугольник». Однако живопись настолько захватила его, что Анатолий твердо решил стать профессиональным художником. Второе высшее образование в те годы получать не разрешалось, но был один выход. Молодой экономист параллельно устроился работать преподавателем рисования для детей в ЖЭКе. С рекомендацией от этой студии в 33 года он поступил в желанный институт им. И. Е. Репина, который по-прежнему все называли Академией художеств. В 1992 г. окончил Академию с золотой медалью и был принят в Творческую академическую мастерскую, где продолжал обучение еще три года. В 1995 г. был принят в Союз художников РФ. Учителями художника были выдающиеся мастера: такие как президент Академии художеств Борис Сергеевич Угаров, академик Вячеслав Францевич Загонек, проф. Виктор Иосифович Рейхет. К 1992 г. относится знакомство художника с известным историком фирмы Фаберже Валентином Скурловым.



Карл Фаберже в Петербурге. 2000 г.



Ювелир Михаил Перхин. 2000 г.



Набережная реки Мойки, 83. Рисовальная школа Общества поощрения художеств, которую окончил в 1893 г. Франц Бирбаум. 2000 г.

*Эмальер
фирмы
Фаберже
Николай
Петров.
2000 г.*



В 1996 г., к 150-летию со дня рождения Карла Фаберже Анатолий Перевышко пишет первый портрет всемирно известного ювелира, который положил начало циклу картин по истории ювелирного искусства XIX — начала XX века. Портрет Карла Фаберже на фоне собственного дома ювелира на Б. Морской улице украшает с тех пор кабинет генерального директора объединения «Русские самоцветы». По заказу основателя Русского Национального музея, московского коллекционера А. Н. Иванова на рубеже XX—XXI вв. художник создает серию портретов членов семьи Фаберже. Сейчас эти портреты экспонируются в Музее Фаберже в Баден-Бадене. Всего на ювелирно-историческую тематику Анатолий Перевышко написал более 150 работ. До него практически весь иллюстративный ряд Фаберже был представлен черно-белыми фотографиями, Перевышко впервые ввел в оборот цветные иллюстрации, которые представлены теперь и в Интернете, зачастую без ссылок на автора. К 150-летию со дня рождения киевского ювелира Иосифа Маршака в 2004 г. художник нарисовал парный портрет Маршака с Карлом Фаберже. В соавторстве с Татьяной Фаберже и Валентином Скурловым Анатолий Иванович в 2004 г. выпустил книгу-альбом «Петербург Карла Фаберже» (второе издание в 2005 г.). Художник удостоен наград Мемориального фонда Фаберже: орден Карла Фаберже (2000 г., с присвоением звания Заслуженный деятель декоративно-прикладного искусства), орден Михаила Перхина (2010 г.), орден Франца Бирбаума (2012 г., с присвоением звания «Главный мастер»).

Разработка и изготовление
высокохудожественных ювелирных
изделий с применением техники эмаль-
гильоше, изготовление корпоративных
орденов, медалей, знаков



2009



2010



2011



2011



2012



“Сергей Квашнин”
ювелирная компания

Россия, Киров
www.kvashnin43.ru
e-mail: kvashnin-55@mail.ru

mode360°

► Посетите наш сайт: www.mode360.eu
Facebook.com/mode360.eu

mode360°

Новейшее решение для
фотосъемки товаров и создания
FULL3D-презентаций

>>>

У Вас есть интернет магазин?

Вы торгуете на
интернет аукционах?



MODE 3A

Мини-версия 07
0033333302014702112A
тел. +40 751 787504-43
факс +40 50 253244-41
e-mail: info@mode360.eu

ДИСТРИБЬЮТОР - РОССИЯ И БЕЛАРУСЬ

Салон Mode360

Ермольевская ул.
Пав. • 375 253 075 16 25
00375086109

г. Санкт-Петербург

ООО «ПРОФИЦИОНАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Бул. Ю.Ф. Савва 39-45, 0-012-135-98-96, 8-812-334-38-43
e-mail: info@profimodel.com

www.profilmodel.com или www.mode360.eu

г. Москва

ООО «СЕРВИС-ТЕХНИКА» ЮР/ИНТЕЛ ТЕХНОЛОГИИ МОСКВЫ

Тел. (49451) 6152971, e-mail: (49451) 6152972, 8-815-255-22-77
e-mail: info@service.com

www.iti4.ru

г. Москва

ООО «СЕРВИС-ТЕХНИКА» ЮР/ИНТЕЛ ТЕХНОЛОГИИ МОСКВЫ

Тел. 8-815-255-22-77

e-mail: info@service.com

www.iti4.ru

ПАРТНЕР

Canon
EOS

Ждем Вас на выставке
JUNWEX Москва
с 15 по 19 сентября 2012

>>>

Павильон №69,
стенд 306

Как работает Photo Composer?

Environ Monit Assess (2008) 142:1–12



Комплективная

MODE350 Photo Composer

Наш замысел - Ваш успех!

Мы представляем революционные решения в фотографии товаров, а также создания 3D-презентаций товаров для мобильных и веб-интернет.

Устройство, которое мы сами проектировали, это комплектные бесшумный блок, в котором интегрируется стандартный фотоаппарат — процесс фотографиями контролируется с компьютера. Благодаря нашему специальному программному обеспечению, благодаря устройству происходит в бесшумной и компактной и портативной для переноса, создавая изображение 360°.

Наше предложение направлено на повышение эффективности для достижения высоких результатов продаж и увеличение конкурентоспособности компании.

© 2004 by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. Printed in the United States of America. This book is printed on acid-free paper.

Главное предложение

New children's articles in *BBJ*

- специальный для малышей изобретения, такие, как:
 - детский обув и меховых аксессуаров - Photo Camposer
 - универсальный - Combo | Twister



Photo Composer FA40

Учредителем «Светотехника» является студия для фотолюбителей «Светотехника», которая пополнила свой состав и увеличила количество персонала. Уже 3627 человек вышло до 25 сентября со своего рабочего места, чтобы принять участие в акции «Мир без табака». В результате в этот день не было ни одного рабочего места, занятого курящим человеком. Обширная волонтерская организация «Светотехника» для проведения акции «Мир без табака» была создана в 1999 году. В настоящее время она насчитывает более 1000 человек. Также в 1999 году президентом Российской Федерации в Москве в честь 10-летия независимости Российской Федерации был объявлен конкурс «Мир без табака».



Photo Composer M40

Оборудованные для выработки электроэнергии объекты имеют мощность до 2,5 мегаватт со сроком окупаемости 10-12 лет. В настоящее время в регионе работают 10 подобных объектов, в том числе 4 на территории МО. Это позволяет обеспечить потребности в электроэнергии в зимний период. Также в регионе работают 2 электростанции на базе возобновляемых источников энергии (ВИЭ) – на базе солнечных панелей и ветряных турбин. В настоящее время в регионе работают 2 электростанции на базе возобновляемых источников энергии (ВИЭ) – на базе солнечных панелей и ветряных турбин.



Twister HD

Эти инструменты позволяют для создания презентаций использовать шаблоны, которые можно редактировать. Благодаря этому вы сможете создавать презентации, которые будут выглядеть профессионально.



Combo C54

[illegible]

360 точек зрения на продукт

mode360°



ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД «АГАТ»

www.agat.ua

www.agat-salon.ru